

# El nuevo periodismo deportivo: antecedentes, actualidad y tendencias

*William Ricardo Zambrano Ayala\**

## Resumen

En el presente artículo de revisión, se presentan los resultados de una investigación acerca de los nuevos escenarios de acción que se abrieron para el periodista deportivo con la transformación de los medios de comunicación y la convergencia digital. Para ello, se acogió el método cualitativo para describir, argumentar e interpretar el fenómeno, y se realizó una indagación bibliográfica de libros, artículos científicos y bases de datos sobre las siguientes categorías de estudio: periodismo deportivo, convergencia tecnológica, contenidos y rutinas periodísticas. La revisión de los antecedentes permite constatar que hasta el momento son pocas las investigaciones sobre el tema a nivel global y todavía menos en Colombia.

**Palabras clave:** contenidos, periodismo deportivo, rutinas periodísticas, tecnología

## Abstract

This review paper presents the results of a research about the new scenarios of action that were opened for the sports journalist with the transformation of the media and digital convergence. Methodologically, the qualitative method was assumed for describing and interpreting the phenomenon. Also, a bibliographic review on books, scientific articles and databases was conducted on the following categories of study: sports journalism, technological convergence and journalistic contents and routines. Preliminary approach shows that so far there has been conducted only a few number of research on the subject in a global level and even less in Colombia.

**Keywords:** Content, Journalistic Routines, Sports Journalism, Technology

\* Posdoctorado en Dispositivos Digitales. Doctor en la Sociedad de la Información y del Conocimiento. Magíster en Comunicación Social. Especialista en Televisión y en Gerencia de Recursos Humanos. Comunicador Social y Periodista. Administrador de empresas, publicista y mercadólogo. Actualmente, su trabajo está enfocado en el proyecto de investigación titulado "El nuevo periodismo deportivo". Contacto: zambrano\_william@hotmail.com



## Introducción

En las últimas décadas, el periodismo deportivo ha experimentado un desarrollo notable en sus estructuras, canales y modos de producción de contenidos gracias a los avances tecnológicos (Rojas y Márquez, 2014). De igual forma, ha cobrado un protagonismo tal que paulatinamente se ha consolidado como la tipología informativa de mayor alcance social en buena parte de Europa y América.

El crecimiento de esta tipología de información no ha sido solo numérico, sino que ha implicado la aparición de nuevas tendencias y la creación de un estilo propio –basado en el color, la originalidad y la narración de los relatos–. Con el tiempo, este fenómeno desembocó en el surgimiento de un nuevo modelo de presentación de la información caracterizado por un lenguaje visualmente atractivo, común y accesible para todo tipo de mentalidades, y armonizado con las ventajas y exigencias de la revolución tecnológica.

Esta revolución digital ha dejado de ser un paradigma para convertirse en una realidad que influye en todas las facetas de la sociedad actual. Uno de los ámbitos donde se hace especialmente palpable tal influencia es el periodismo. La aparición de nuevos canales, contenidos, formatos y modelos está alterando el panorama de los medios y de la profesión del periodista deportivo de una manera difícilmente comparable con otras revoluciones.

De acuerdo con Scolari (2015), el entorno digital cambió el quehacer del periodista deportivo a nivel empresarial y tecnológico. Hoy en día, el profesional debe estar preparado para afrontar

los nuevos entornos de elaboración y distribución de contenidos pensados para cada uno de los medios y plataformas que tiene a su alcance. Lo descrito atrás rompe con la lógica de la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional. Este hecho, entre otras cosas, otorga más relevancia al receptor en un proceso por el que las audiencias dejan de ser pasivas para convertirse en agentes activos, productores de información y guías de las agendas de los medios (Quim, 2005).

A través de la historia, el periodismo tradicional se ha desarrollado en varias ramas, entre ellas, el periodismo deportivo. En esencia, este último se encarga de cubrir e interpretar un evento o información deportiva de acuerdo al entorno real y con base en ejercicios sólidos de investigación, documentación y cotejo de fuentes. Inevitablemente, la llegada de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) invita a llevar a cabo indagaciones que se pregunten por las consecuencias de su arribo al ecosistema periodístico.

En consecuencia, vale la pena preguntarse ¿qué estudios se han realizado sobre el periodismo deportivo a partir de las siguientes categorías: periodismo deportivo, convergencia tecnológica, contenidos y rutinas periodísticas? Para responder a esta pregunta, a continuación se presenta un estado del arte que recoge los nuevos escenarios del periodista deportivo vistos desde la perspectiva de la transformación de los medios de comunicación, la convergencia digital, la globalización y las TIC.



## Materiales y métodos

Se realizó una investigación exploratoria y descriptiva, basada en el método cualitativo, por las facilidades que ofrece para interpretar y explicar el fenómeno. Esta decisión simplificó la recolección de información y su subsecuente proceso de clasificación, organización, descripción y codificación. Finalmente, se optó por fundamentar el análisis en el paradigma hermenéutico interpretativo que, según Estalella *et al.* (2006), permite desglosar cada estudio y establecer la relación de las categorías del nuevo periodismo deportivo.

Así, se consultaron archivos hemerográficos y fuentes primarias acerca de los periodistas deportivos que trabajan en los medios de comunicación “para integrar y relacionar esta recolección de información al corpus teórico y documental del objeto de estudio” (Tejada, 2013,

p. 5). El valor de esta revisión de antecedentes –que no incluyó disquisiciones teóricas o artículos descriptivos de experiencias– radicó en que se pudo identificar el pasado, el presente y las posibles tendencias futuras de las investigaciones enfocadas en el objeto de estudio planteado, lo que supuso un gran paso hacia la validación de los hallazgos y resultados obtenidos (Orozco y González, 2011).

El siguiente estado del arte se divide en tres partes. La primera, expone los resultados de estudios relacionados con el objeto de estudio. En la segunda se realiza el análisis y la discusión con apoyo en las fuentes. Y, en la tercera, se presentan las conclusiones y los referentes bibliográficos.

## Resultados

### *Periodismo deportivo*

La Asociación de Colombiana de Periodistas Deportivos-ACORD (2014) analizó la actualidad del periodismo deportivo de acuerdo con los resultados del muestreo realizado a diferentes protagonistas del deporte (empresarios, empleadores y directivas de organismos deportivos). Dentro de sus hallazgos reportó que en Colombia existen, en promedio, 1900 redactores deportivos, de los cuales el 86 % está dedicado a la radio, 39 % a la prensa y 8,6 % a la televisión. También destaca que el 33 % de los redactores deportivos trabajan para dos medios simultáneamente.

En su artículo, García (2012) pretende conocer la opinión de públicos específicos, como los seguidores y fanáticos de la actividad deportiva.

Estudia cómo ayudar a neutralizar, eliminar, reforzar y crear nuevos códigos y significados en un proceso de ida y vuelta, de interacción comunicativa. Para tal fin, considera factores ambientales, emocionales y de contexto general, desde una perspectiva lógica, ética y compleja, de las diferentes disciplinas deportivas y sus respectivos reglamentos.

Así mismo, Alcoba (1993) presenta una visión de la realidad actual del periodismo deportivo, género específico entre los medios de comunicación que posiblemente en estos últimos años se ha convertido en uno de los más atractivos y polémicos. López (2001), en su *Enciclopedia del deporte*, trata el tema del juego-deporte, hace una



conceptualización de la noción de deporte y la educación física, y clasifica sus tipologías. Finaliza con una explicación de diferentes términos acerca del deporte.

Franco (2009) realizó una investigación acerca del periodismo latino de cada país y sus formas comunicativas e informativas. Por medio de un sondeo, analizó los mecanismos comunicativos

### **Convergencia tecnológica**

Salaverría y García (2008) estudiaron la convergencia desde el punto de vista tecnológico. Sintetizaron que es fundamental promover la renovación de las estructuras funcionales de los medios y de los periodistas. Para ello, proponen desarrollar destrezas tecnológicas, identificar nuevas rutas para el tratamiento de la información y comprender la operatividad de los nuevos medios, sus lenguajes y sus procesos editoriales.

De igual forma, Canga (2001) analizó los cambios que trajeron consigo las tecnologías en el periodismo y los medios de difusión. Su incorporación obligó a estas empresas mediáticas a replantear sus estrategias, de modo que pudieran competir con las dinámicas y narrativas exigidas por la red. Así mismo, resaltó que el periodista no debe olvidar la esencia de la profesión informativa, pese a la incorporación de nuevos elementos que facilitan el trabajo.

### **Contenidos**

Pozzo (2015) investigó los criterios de edición periodística, los flujos informativos y las preferencias de las audiencias en los diarios en línea. Utilizó una estrategia de triangulación de métodos cualitativos y cuantitativos sobre un corpus de análisis compuesto por los tres diarios

de cada una de estas iniciativas, sus plataformas públicas, medios *on line* y centros de investigación. Concluyó que debido a la creciente cantidad de portales web, la densa información audiovisual y al exceso de contenido mediático, el campo profesional requiere de profesionales actualizados, formados en audiovisuales y en narrativa, para ofrecer contenidos basados en información, datos e intención comunicativa.

En la misma línea, Santín (2016) pregunta por qué la prensa se está adaptando a la tecnología. Evidenció que el periodismo, así como la estructura de las noticias, sus contenidos y audiencias, están sufriendo transformaciones. Igualmente, Porto, Versuti, Moraes y Gosciola (2011) se propusieron analizar la narrativa transmedia como lenguaje social en la ficción y el periodismo.

Grueskin, Seave y Greaves (2011) afirman que las nuevas páginas web están influyendo en la sociedad de la información y obligándola a adaptarse a sus lógicas. Por su parte, Arrojo (2015) describe lo que hoy conocemos como periodismo transmedia y su adaptación a estos nuevos modelos informativos. En general, los anteriores autores coinciden en que la convergencia tecnológica está obligando a los medios de comunicación y a los periodistas a reacomodarse en los diferentes procesos comunicativos digitales.

en línea más importantes de Argentina: *El Clarín*, *La Nación* e *Infobae*. Estos portales no tienen relación con ningún producto de papel y elaboran información únicamente en soporte web. Los resultados de su indagación se centran en aspectos relevantes para tener en cuenta sobre



la jerarquización de las noticias en los diarios en línea y sus desafíos para los periodistas y los medios de comunicación.

De otra parte, Martínez y Herrera (2004) hicieron una discusión teórica sobre los formatos radiofónicos, frecuentemente limitados a realizar adaptaciones de los géneros informativos para la prensa en las que muchas veces se olvida la voz que enuncia el discurso. En la misma línea, Gómez *et al.* (2010) realizaron una investigación sobre la forma, alcance y contenidos de los telenoticieros colombianos. Encontraron que estos adolecen de poco cubrimiento de los géneros mayores del periodismo, escasa consulta de fuentes y constantes repeticiones. Un caso similar es el estudio de Barrios (2013), quien analizó

### **Rutinas periodísticas**

Chirinos (2006) describió las tendencias y metodologías adoptadas por diferentes periódicos a lo largo de sus 15 años de presencia en la web, para entender la trayectoria del periodismo digital, su manera de comunicar y de evolucionar en la red. Mostró la transformación de la figura del periodista y de la forma en que las personas adquieren información.

Díaz-Nosty (2009) hizo una investigación exploratoria descriptiva acerca de cómo en las últimas décadas se han dado grandes cambios que afectan directamente a la prensa escrita como medio informativo, debido, en buena medida, a la aparición de los nuevos medios electrónicos que desplazaron paulatinamente el soporte informativo físico.

En la misma vía, Fondevila y Segura (2012) estudiaron el papel de la hipertextualidad y sus

la creación de contenidos y el establecimiento de la agenda radial colombiana. Concluyó que las audiencias dejaron de ser pasivas para convertirse en productoras de información, comunicación y contenidos: más que simples receptores de un medio, son usuarios de un servicio con el que deciden interactuar.

Arango y González (2009) indagaron sobre el consumo juvenil de los contenidos de los canales de televisión. Infirieron que este medio ha perdido un porcentaje considerable de su audiencia debido a la falta de innovación en sus parrillas de programación. Complementaron que la juventud se ha visto obligada a migrar a otras plataformas audiovisuales porque exige mejores contenidos.

formas periodísticas en la web en *El Espectador* y *El Tiempo*. Sintetizaron que el periodismo digital en Colombia aún está en progreso y cada vez se va adaptando mejor a los cambios mediáticos, lingüísticos y culturales. Más allá de la multimedia y la interactividad, lo importante es el contenido, que, para que pueda ser visto y registrado, debe partir de una buena investigación; de lo contrario, deambulará perdido en la red.

Rost (2006) estudió el periodismo en internet. Se trata del fenómeno de cambio más importante de los últimos tiempos no solo porque propició el surgimiento de nuevas plataformas de manifestación del discurso periodístico, sino porque poco a poco ha obligado a transformar las rutinas de producción de contenidos de los periodistas. El autor propuso algunas categorías de análisis e identificó modelos y enfoques alrededor de las redes sociales para el periodismo.



## Análisis y discusión

Gran parte de quienes ejercen el periodismo deportivo tienen un afán por encontrar fórmulas propias de presentar y estructurar la información que permitan aprovechar de la mejor forma todas las herramientas que brinda no solo internet, sino las tecnologías, para hacer de sus contenidos referentes atractivos y cercanos a la realidad. Esto, en términos concretos, se define en el uso de la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad. Lo descrito resulta ser un punto a favor, porque no se puede pretender trasladar las técnicas de los medios tradicionales a un estilo de periodismo tan diferente como lo es el digital.

La convergencia digital ha permeado los medios, que se han visto avocados a introducir otras formas de periodismo basadas en los procesos de interactividad, el desarrollo de nuevas relaciones entre los usuarios, las otras mediaciones técnico comunicativas, los cambios en la concepción de la información, las transformaciones en los modelos narrativos y expresivos, y la expansión de las posibilidades de navegación e hipertextualidad. Según Ardila (2008), este fenómeno “obliga a crear sinergias entre la ciberprensa, la ciberradio, la cibertelevisión y las redes sociales y un nuevo universo espacio-temporal, a fin de afrontar el nuevo modelo de comunicación interactiva” (p. 17).

Recordemos que la audiencia siente una identificación cultural con un canal de información en la medida en que se formen o existan proyectos de construcción de sociedad. En esa creación propia y colectiva, los medios deportivos se configuran como catalizadores de emociones e información. Por consiguiente, los medios impactan a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y abren todo un mundo de comunicación silenciosa entre periodistas y usuarios.

Lo mencionado no atiende simplemente a transmitir los contenidos adaptados, sino que exige una serie de características particulares de lo digital que deben hacerse presentes para eliminar la unidireccionalidad y dar prelación a la participación de la audiencia. Precisamente, este universo informativo digital permite acrecentar la relación directa entre usuarios e información, por lo que la correcta utilización de los recursos en conjunto, junto con otros meramente estilísticos, sumará al desenvolvimiento del ciberlector en las diferentes plataformas, aquellas que facilitan la relación entre periodistas, información y consumidores.

La nueva estrategia periodística permite pasar de ser audiencias y lectores esencialmente receptores a ser *comunicantes*, emisores e informantes ciudadanos, en una permanente interlocución con todos los que participan. Ocampo (2007) afirma que tal revolución “está abarcando horizontes más amplios en la construcción de nuevos modelos de comunicación de cara a un mundo cada vez más inmerso en Internet” (p. 22).

En este nuevo ecosistema, el periodismo deportivo necesita ser más colectivo, colaborativo y participativo; requiere de nuevos contenidos y tipologías narrativas, relatos secuenciales o fragmentados adecuados, y de un excelente manejo de dispositivos móviles para la emisión y recepción de mensajes.

Esto invita a identificar nuevas formas de interacción del periodista con sus audiencias, pues, hoy día, juntos son partícipes de la gestión de la información deportiva. En consonancia con los planteamientos de Albarello, Nalé y Millé (2016), la educación para los medios deportivos





más que nunca debe ser transversal, transmedia, el código del código, y ha de intentar explicar cómo se construyen los relatos, cómo se

consumen y cómo se transforman los contenidos mediáticos que viajan de un dispositivo a otro.

## Conclusiones

En momentos en que el deporte se globaliza y adquiere gran importancia para el desarrollo de la cohesión social, el comunicador social o periodista también debe asumir la tarea de prepararse para transmitir los acontecimientos deportivos de forma concisa, amena, respetuosa y contextualizada a una sociedad cada vez más contestataria. Es así que el periodismo deportivo en Colombia cumple un papel trascendente en la difusión y expansión del deporte, y en el campo de la promoción de los valores autóctonos creados por los intereses de la sociedad. Además, ayuda a establecer una relación permanente entre los medios y el aficionado receptor.

En Colombia, este tema ha sido poco investigado, principalmente en lo tocante a las categorías desarrolladas en la presente investigación. Escasamente se encuentran referencias sobre contenidos digitales, la presentación de programas y la organización de las páginas web de algunos medios regionales que informan sobre la actualidad del deporte.

Lo descrito exige un periodista altamente calificado para afrontar y desenvolverse en este cambio digital, sin olvidar por ello el trabajo periodístico tradicional, lo bueno del pasado y las

demandas del presente y del futuro. Los principios de la formación periodística no cambian con el avance tecnológico, pero sí los públicos, los comportamientos y la forma de presentar la información deportiva. Sin embargo, sus rutinas periodísticas las sigue realizando cotidianamente en la consecución de información mediante el trabajo de campo, producción, edición y publicación.

Por ende, se está configurando un campo de estudio complejo que aborda las múltiples facetas de este fenómeno de transformación de la profesión del periodista deportivo y de los medios. Esto conmina a plantear nuevos marcos conceptuales y metodológicos, proponer paradigmas informacionales y estructuras de comunicación múltiple, e identificar otras gramáticas y formas de interacción.

Por consiguiente, y a manera de cierre, dejo a consideración de lector algunas preguntas de investigación: ¿se han modificado y transformado las narrativas y los lenguajes periodísticos debido al surgimiento de nuevos medios de comunicación deportivos?; ¿las tecnologías han colaborado o perjudicado la labor del periodista deportivo?



## Referencias

- Albarello, F. Nalé, J. y Millé, C. (2016). El consumo transmedia de noticias por parte de jóvenes universitarios. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2(1), 1-13. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/download/4154/3377/>
- Alcoba, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Tomson-Paraninfo.
- Arango, G. y González, B. (2009). Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. *Revista Palabra Clave*, 12(2), 215-234. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852009000200004&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852009000200004&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Ardila, O. (2008). *Búsqueda y fugas en la gestión investigativa*. Bogotá: Universidad Central.
- Arrojo, J. (2015). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, 18(3). Recuperado de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/4494>
- Asociación Colombiana de Periodistas Deportivos-ACORD. (2014). *Actualidad del periodismo deportivo*. Bogotá: ACORD.
- Canga, L. (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 33-48. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110033A>
- Chirinos, E. (2006). Nuevas etapas evolutivas de los cibermedios: caso [www.laverdad.com](http://www.laverdad.com). *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 7(17), 109-137. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170118739006.pdf>
- Díaz-Nosty, B. (2013). *La prensa en el nuevo ecosistema informativo. ¡Que paren las rotativas!* Barcelona: Ariel.
- Estalella, A., Ardévol, E., Domínguez, D. y Gómez, E. (Coords.). (2006). *Etnografías de lo digital*. III Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad. España.
- Fondevila, J y Segura, H. (2012). La hipertextualidad en el periodismo digital en Colombia. *Hipertext.net*, 10. Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-10/hipertextualidad-periodismo-digital-colombia.html>
- Franco, G. (2009). *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*. Bogotá: FNPI, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Universidad Javeriana. Recuperado de <https://fundaciongabo.org/sites/default/files/72913268-Necesidades-de-formacion-para-medios-digitales-en-America-Latina%20%281%29.pdf>





- García, X. (2012). La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales. *Revista de Comunicación*, 11, 178-195. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4508642>
- Gómez, J., Hernández, J., Gutiérrez, L., Arango, G. y Franco, A. (2010). Los noticieros de la televisión colombiana en observación. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teletinformativos de la televisión abierta en Colombia. *Revista Palabra Clave*, 13(2), 217-250. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a02.pdf>
- Grueskin, B., Seave, A. y Greaves, L. (2011). *The Story So Far: What We Know About the Business of Digital Journalism*. Tow Center for Digital Journalism. Columbia: Columbia Journalism School. Recuperado de [http://cjrarchive.org/img/posts/report/The\\_Story\\_So\\_Far.pdf](http://cjrarchive.org/img/posts/report/The_Story_So_Far.pdf)
- López, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz.
- Martínez, M. y Herrera, S. (2004). Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España. Luces y sombras de los estudios realizados hasta la actualidad. *Revista Comunicación y Sociedad*, 17(1), 115-143. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/50517244\\_Los\\_generos\\_radiofonicos\\_en\\_la\\_teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_redaccion\\_periodistica\\_en\\_Espana\\_Luces\\_y\\_sombras\\_de\\_los\\_estudios\\_realizados\\_hasta\\_la\\_actualidad](https://www.researchgate.net/publication/50517244_Los_generos_radiofonicos_en_la_teor%C3%ADa_de_la_redaccion_periodistica_en_Espana_Luces_y_sombras_de_los_estudios_realizados_hasta_la_actualidad)
- Ocampo, M. (2007). *Comunicación social empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. Bogotá: ECOE.
- Orozco, G. y González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Ciudad de México: Tintable.
- Porto, R., Versuti, A., Goncalves, M. y Gosciola, V. (2011). Transmedia Narratives: Social Diversity, Discourse and Communication. *Palabra Clave*, 14(2), 201-215. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852011000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852011000200002)
- Pozzo, S. (2015). *Edición periodística online: La transformación de los criterios del papel a la web* [trabajo de grado]. Universidad de San Andrés, Victoria, Argentina. Recuperado de <http://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/11890>
- Quim, S. (2005). *Conversations on Convergence*. Nueva York: Peter Lang Publishing.
- Rojas, J. y Márquez, M. (2014). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura de Fifa-Gate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos.info*, 40, 173-188. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n40/0719-367X-cinfo-40-00173.pdf>



- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital* (tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Barcelona, España. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>
- Salaverría, R. y García, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Revista Trípodos*, 23, 31-47. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/39028971.pdf>
- Santín, M. (2016). Los dilemas éticos del periodismo digital desde la perspectiva de los artículos del defensor del lector de *El País*. *Palabra Clave*, 19(2), 630-659. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.2.12
- Scolari, C. (2015). The Echoes of McLuhan: Media Ecology, Semiotics and Interfaces. *Palabra Clave*, 18(4), 1025-1056. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852015000400004](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852015000400004)
- Tejada, J. (2013). La formación de las competencias profesionales a través del aprendizaje servicio. *Cultura y Educación*, 25(3), 285-294. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/257614758\\_La\\_formacion\\_de\\_las\\_competencias\\_profesionales\\_a\\_traves\\_del\\_aprendizaje\\_servicio](https://www.researchgate.net/publication/257614758_La_formacion_de_las_competencias_profesionales_a_traves_del_aprendizaje_servicio)