

La Convergencia como herramienta frente a los impactos de la COVID-19 en el periodismo: un estudio de caso del canal brasileño SporTV

Convergence as a tool against the impact of COVID-19 on journalism: a case study of the Brazilian channel SporTV

6

ARTÍCULO



Caroline Patatt

Universidade da Beira Interior (Portugal)

Caroline Patatt es periodista brasileña, investigadora de la Fundación para la Ciencia y la Tecnología (FCT) en Portugal, y doctoranda en Ciencias de la Comunicación en la Universidad da Beira Interior (UBI). Actualmente, se dedica al estudio del periodismo deportivo con un especial interés acerca de la objetificación de las mujeres en esta área.

cpatatt@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2836-7915>

RECIBIDO: 2023-05-31 / ACEPTADO: 2023-07-19

Resumen

Este trabajo presenta cómo la convergencia en las dimensiones tecnológica, profesional, de contenidos y empresarial (Salaverría, 2003, 2010), fue fundamental para superar las dificultades impuestas por la COVID-19 en las rutinas productivas del periodismo deportivo brasileño. Se basa en un análisis del canal SporTV, que es líder de audiencia entre los especializados en deportes y fue el primero en el país en mostrar un programa adaptado completamente para ser transmitido desde las casas de los participantes durante la pandemia. La técnica de investigación utilizada fue el estudio de caso, basado en el análisis de contenido y la entrevista.

PALABRAS CLAVE

Convergencia, COVID-19, Periodismo Deportivo, SporTV, Televisión Brasileña.

Abstract

This study presents how convergence in technological, professional, content and business dimensions (Salaverría, 2003, 2010) was crucial in overcoming the difficulties imposed by COVID-19 on the productive routines of Brazilian sports journalism, based on an analysis of the SporTV channel. As a leader in audience ratings among sports channels, SporTV was the first in the country to adapt a program fully for remote broadcasting from participants' homes during

the pandemic. The case study, based on content analysis and interviews, was the research techniques used.

KEYWORDS

Convergence, COVID-19, Sports Journalism, SporTV, Brazilian Television.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, el periodismo deportivo se ha consolidado como pionero en términos de innovaciones digitales, ya que ha experimentado narrativas actualizadas en ese sentido, así como nuevas herramientas, cambios en la configuración de los lugares de trabajo, en el tipo de producción y en el aprovechamiento de contenidos. (Boyle, 2017; Ferrucci & Perreault, 2022; Morrison, 2014; Patatt, 2023; Perreault & Nölleke, 2022). Gran parte de lo que se observa en las redacciones de esta especialidad en diferentes partes del mundo presenta hoy características de lo que Salaverría (2003, 2010) define como convergencia, sobre todo en las dimensiones tecnológica, profesional, de contenidos y empresarial.

Al tener en cuenta esta realidad, este trabajo se propone verificar qué aspectos de las mencionadas dimensiones de convergencia estuvieron presentes en el ámbito del periodismo deportivo televisivo brasileño durante la pandemia de COVID-19 y de qué forma estos elementos colaboraron para superar la crisis en el sector. La interrupción de las principales competiciones deportivas en todo el mundo tuvo un impacto significativo en el desarrollo de las actividades, especialmente en la televisión, y ha requerido la adaptación de métodos de trabajo y rutinas productivas (Bradshaw, 2020; Patatt, 2021; Perreault & Nölleke, 2022).

Específicamente, se buscó probar hipótesis relacionadas a la importancia del desarrollo del conocimiento tecnológico de los periodistas,

especialmente en lo que respecta a la operación de dispositivos de audio y video. También se investigaron los efectos de la reducción en el número de profesionales trabajando en las redacciones, ya sea presencialmente u organizados en red a través de internet, y cómo el trabajo integrado habría servido para abastecer diferentes canales de comunicación dentro de un mismo grupo periodístico.

Para alcanzar los objetivos, se utilizó el estudio de caso como técnica de investigación (Gil, 2008; Yin, 2005), que está centrado en el análisis de contenido – aplicado a treinta ediciones del programa *Redação SporTV* – y con la realización de entrevistas.

Es importante destacar que el periodismo deportivo en la televisión brasileña viene desarrollándose desde la década de 1950, en los inicios de la televisión nacional, y fue ganando relevancia al mismo tiempo que aumentaba la popularidad del fútbol. Esta realidad llevó a las emisoras del país a invertir considerablemente en este segmento.

Los canales brasileños han sido pioneros en muchos aspectos a nivel mundial. Incluso antes de la década de 1980 ya utilizaban *softwares* exclusivos, satélites privados y equipos capaces de grabar, por ejemplo, bajo el agua y en cámara lenta durante la transmisión de grandes eventos. En 1982, la emisora brasileña *Rede Globo* fue la única en el mundo en contar con al menos un reportero en cada una de las 14 ciudades sede de la Copa del Mundo de fútbol (Memoria Globo, 2021). En la actualidad, sólo el canal SporTV, objeto de este estudio, llevó a

cerca de 200 periodistas para la cobertura de la Copa Mundial de Rusia en 2018.

SporTV es uno de los tres canales con producción periodística diaria y enfocado en varias modalidades deportivas, junto con *ESPN* y *BandSports*¹, y todos ellos están disponibles sólo por suscripción². Los debates deportivos tienen un gran protagonismo en los tres canales. Incluso los noticieros y revistas electrónicas cuentan con al menos un comentarista en el estudio para establecer diálogos y debates con los demás participantes del programa. Estas son características inherentes al formato (Fechine, 2001).

El análisis en este trabajo se centra en *SporTV* porque es el líder en audiencia nacional en su segmento, tanto en la actualidad como en el período previo a la pandemia del SARS-CoV-2 (Vaquer, 2020), y por ser pionero en el país por tener un programa adaptado completamente para ser transmitido desde los hogares de los participantes durante dicha pandemia. Se está hablando del programa *Redação SporTV*, que ha estado en la programación durante casi dos décadas; este cambió, temporalmente, su nombre a *Redação Home Office*.

Estas características hacen que Brasil sea considerado un campo fértil para analizar cuestiones evolutivas relacionadas con esta especialización periodística, como es el caso de la convergencia.

2. EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL PERIODISMO Y EN EL PERIODISMO DEPORTIVO.

La pandemia de Covid-19 ha alterado las formas de hacer periodismo alrededor del mundo, independientemente del segmento, especialidad o función. El número de estudios sobre el tema se multiplica a medida que estas modificaciones se vuelven más evidentes, así como la perpetuación de algunas medidas tomadas en los momentos más críticos de propagación de la enfermedad, aparentemente emergenciales, pero que se han mantenido.

No es el objetivo debatir aspectos positivos o negativos aquí, sino contextualizar una realidad que es bastante compleja. A pesar de las inmensas dificultades en los procesos de producción, hay un arduo trabajo de combatir la desinformación y enfrentar muchos otros desafíos, desde una perspectiva operativa (Mair, 2020; Patatt, 2021, 2023; Patatt & Rocha, 2020; Perreault & Nölleke, 2022). Además, durante la pandemia también se han registrado aumentos en el consumo de noticias en mercados importantes, como en el caso de Estados Unidos, donde el 92% de los adultos accede frecuentemente a noticias sobre el tema, en una especie de reaproximación del público a los medios de comunicación tradicionales

[...] un aumento de 32 puntos porcentuales en comparación con el período anterior a la emergencia de salud. El mayor incremento en el consumo de noticias y en la evaluación positiva de la cobertura mediática de la pandemia se observó en el tipo de usuarios que previamente no estaban relacionados con las noticias, como los jóvenes, las personas con menos educación y los consumidores ocasionales de información. (Casero-Ripollés, 2020, p.9)

1 Datos recopilados el 6 de febrero de 2022.

2 La mayoría de los canales de televisión en Brasil disponibles gratuitamente en digital y analógico, tienen al menos un programa deportivo en su programación, pero, desde 2018, con el fin del canal *Esporte Interativo*, las estaciones especializadas en deportes se encuentran sólo en TV Paga.

Específicamente en el periodismo deportivo, la vulnerabilidad a la que esta área específica se vio sometida también llevó a una revisión de las actividades. Por ejemplo, se redefinieron los criterios sobre qué deportes eran dignos de ser televisados: ante la imposibilidad de transmitir competiciones de alto rendimiento debido a eventos cancelados en todo el mundo, la falta de entrenamientos y otras dificultades, ESPN en Estados Unidos llegó a transmitir un torneo de lanzamiento de piedras y uno de los canales deportivos más populares en los Países Bajos tuvo éxito con el llamado Marbula One, una especie de carrera de canicas (Perreault y Nölleke, 2022).

En Brasil y Alemania se incrementaron las retransmisiones de partidos históricos de las selecciones nacionales (Patatt, 2021; Schallhorn & Kunert, 2020). En el caso de Alemania, el canal especializado Sky incluso intentó emular días completos de partidos de la Bundesliga como si no hubiera habido coronavirus, incluyendo los “tradicionales reportajes previos y posteriores al partido y una tabla de resultados ficticia” (Schallhorn & Kunert, 2020, p. 517). También en Brasil, la agenda deportiva estuvo más vinculada a cuestiones sociales, políticas, económicas y culturales (Patatt, 2021; Longo, 2020).

Aunque estas alternativas pueden ser cuestionables, es innegable que la creatividad fue fundamental para superar las dificultades profesionales (Mosby, 2020). La necesidad de informar, junto con las dificultades para obtener nuevas imágenes, especialmente en televisión, llevó a que la calidad de audio y video quedara en un segundo plano. Se aprovechó, de manera menos convencional, materiales provenientes de redes sociales, clubes de fútbol, etc. Esto amplió la relación con las fuentes (Patatt, 2023).

Götz y Costa (2021) señalan que las acciones en formato multiplataforma ganaron más es-

pacio en las emisoras de radio brasileñas. Esta afirmación coincide con la de Olsen, Pickard y Westlund (2020), quienes sostienen que los efectos económicos de este período único en la historia de la humanidad fueron decisivos para acelerar los cambios en la producción, distribución, consumo y modelos de negocios de las noticias en general, no sólo en el ámbito deportivo.

En esta línea, García-Avilés (2021) describe la adaptación al trabajo remoto por parte de las empresas de comunicación en España, especialmente en lo que respecta a la estructuración de las redacciones.

Los periodistas rápidamente adoptaron el trabajo remoto, se crearon nuevos protocolos de comunicación y se adaptaron prácticas [...] La consolidación del trabajo remoto ha traído un cambio organizacional sin precedentes para las redacciones, acelerando la transformación digital. Estos cambios pueden volverse permanentes en la mayoría de las organizaciones de noticias: (pp. 1256-1257).

Especialmente en éste, pero también en los demás trabajos mencionados, es posible advertir detalles y aplicaciones relacionados con las ideas de convergencia, los cuales se analizarán más detalladamente a continuación.

3. LA CONVERGENCIA EN EL PERIODISMO

Salaverría, García Avilés y Masip (2010) establecen un concepto de convergencia periodística fundamentado en la idea de que la implementación generalizada de tecnologías digitales relacionadas con la comunicación hace que la práctica del periodismo en el día a día se vea afectada de diferentes formas, “[...] propician-

do una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de manera que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una" (p. 59).

La convergencia puede ser abordada de manera más específica en diferentes dimensiones, como, por ejemplo, tecnológica, profesional, de contenidos y empresarial (Salaverría, 2003, 2010) – las cuales se relacionan a esta investigación – pero todas están interconectadas.

Las subdivisiones y jerarquías internas en la profesión, establecidas a partir del siglo XX, cambiaron especialmente en las últimas dos décadas. En 2012, la investigación titulada *Perfil Profesional del Periodista Brasileño*³ ya señalaba 288 descripciones de nuevas funciones y 177 de nuevas actividades relacionadas con la práctica periodística, entre las cuales se incluyen coordinador de medios digitales y estrategia, analista de contenido digital, redactor de blogs y analista de movilización social.

Aparecen nuevos personajes que, hasta hace poco, no coexistían en las redacciones periódicas, los cuales se denominan tecnoactores (Canavilhas *et al.*, 2015). Son profesionales con un amplio dominio tecnológico que trabajan en el mismo medio que los periodistas, pero no lo son, aunque tienen poder en la producción de noticias. Entre los ejemplos de ocupaciones que se ajustan a esta idea de tecnoactores, se pueden destacar a los diseñadores y programadores.

En resumen, los reporteros y editores que solían tener el control sobre la redacción ahora necesitan establecer

mecanismos de negociación con profesionales capacitados en otras áreas y que operan según lógicas distintas para llevar a cabo su misión principal. Periodistas, diseñadores y programadores piensan y actúan de manera diferente, pero cuando trabajan juntos en una misma redacción, tienen un propósito común: producir información. (Canavilhas *et al.*, 2016, p. 4)

Éstos son ejemplos de cómo la convergencia tecnológica va más allá del uso y dominio de nuevas herramientas y dispositivos por parte de los periodistas. Interfiere en el ecosistema de las redacciones, en la forma de hacer periodismo y, en consecuencia, en cómo llega la noticia al público. Es decir, incide desde la perspectiva profesional, de contenidos y empresarial.

Hablar de convergencia en el periodismo, en muchas empresas de comunicación, implica optimizar el espacio, el tiempo y los recursos humanos. Hay más tareas que realizar en un mismo período y la mayoría de las veces con menos personas, pero en diferentes funciones, así como grandes equipos que comparten espacios adaptados. Diferentes medios pertenecientes a un mismo grupo empresarial, que antes trabajaban en sectores, pisos o incluso edificios separados, ahora suelen convivir en redacciones integradas.

Según Salaverría (2010), el primer ejemplo internacional significativo de fusión de redacciones se llevó a cabo en el año 2000 por el grupo estadounidense Media General en la ciudad de Tampa, Florida, donde se reunieron en un mismo lugar el periódico Tampa Tribune, el portal local Tampa Bay Online (TBO.com) y la estación de televisión WFLA-TV.

3 Disponible: <https://perfildejournalista.paginas.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>. Acceso el 20 de julio de 2021.

Santos *et al.* (2014) sintetizan algunas definiciones de diferentes autores para modelos de convergencia de redacciones:

El primero es el de la integración plena, en el cual la infraestructura para la producción multiplataforma se concentra en una sola redacción, controlada por un sistema central de noticias y gestión del flujo informativo [...] El segundo modelo es el de la colaboración entre redacciones, en el cual los periodistas trabajan en secciones y redacciones diferentes, pero están conectados a través de sus coordinadores multimedia o ciertas rutinas colaborativas a lo largo del flujo informativo [...] Por último, se presenta el modelo de coordinación de soportes aislados. En este caso, no hay una organización de la integración en el flujo de trabajo. Sólo existe una colaboración voluntaria de cada periodista en el proceso de elaboración de las noticias. (Santos *et al.*, 2019, p. 107)

Deuze y Witschge (2017) señalan que “la redacción no es necesariamente una entidad sólida o coherente en el periodismo posindustrial de hoy” (p.166). Es posible, y en algunos casos considerado una tendencia, trabajar fuera de ella, a distancia, y en total sincronía con los ideales más profundos de la convergencia.

Canavilhas (2012) dice que “sólo se puede hablar de convergencia cuando el producto final es un contenido con características únicas” (p. 9). El investigador se refiere a la convergencia de contenidos: no basta con distribuir el material informativo en diferentes plataformas. De ser así, se podría considerar simplemente como una remediación:

Por remediación (remediation) se entiende el proceso de renovación de

viejos contenidos realizado por los nuevos medios [...] hay una diferencia importante entre los dos conceptos: mientras que la convergencia implica necesariamente un nuevo lenguaje que integre los contenidos anteriores, la remediación puede ser una acumulación de contenidos de diferentes orígenes distribuidos en una misma plataforma. En este sentido, la convergencia siempre es una remediación, pero no todas las remediaciones pueden considerarse una convergencia, ya que esta última implica integración y no una mera acumulación de contenidos. (Canavilhas, 2012, pp. 9-10)

Por otro lado, es posible considerar el aprovechamiento de la interactividad a través de internet (a través de redes sociales digitales, correo electrónico, etc.) como una forma genuina de convergencia, ya que logra utilizar la información originaria en un medio y transformarla de manera que comprenda características de otro (por ejemplo, la radio o la televisión), lo genera algo completamente nuevo.

No sería imposible, pero parece más difícil consolidar, la idea de concentrar esfuerzos a favor de un objetivo singular y, aun así, tener profesionales trabajando separados, en sectores que, al fin y al cabo, ya no existen. Por otro lado, a pesar de representar un paso importante, tales cuestiones físicas no garantizan una convergencia efectiva.

3. METODOLOGÍA

Para lograr el objetivo de investigar la contribución de la convergencia para superar los impactos de la COVID-19 en el periodismo deportivo brasileño, se ha establecido como objeto de investigación el canal SporTV, perteneciente al

Grupo Globo de Comunicación. El mismo existe desde 1994, cuando sustituyó al Top Sports, el primero especializado en deportes ofrecido por una programadora de televisión por suscripción de Brasil, Globosat, también del Grupo Globo. Top Sports estuvo en el aire de 1991 a 1994⁴.

Antes de la pandemia causada por el virus SARS-CoV-2, SporTV era líder en audiencia entre todos los canales disponibles por suscripción en el país y en algunos momentos también figuraba entre los cinco principales de la televisión brasileña, incluyendo los canales generalistas de televisión abierta, es decir, no pagos, de contenido variado y disponibles para acceso libre por la población. Esta popularidad se mantiene en 2023 (Carvalho, 2023).

Además de esta proyección en el periodismo deportivo nacional, el hecho de que la emisora haya sido la primera en el país durante dicho estado pandémico en tener un programa totalmente adaptado para ser realizado y transmitido directamente desde la casa del presentador y los participantes fue un factor crucial para definir a SporTV como objeto de análisis.

El programa destacado se llama *Redação SporTV* y se emite desde 2004. Está inspirado en el *Meet the Press* de la televisión estadounidense, con el objetivo también de debatir la cobertura de la prensa. Así, reúne a periodistas y cuenta con la participación del público, actualmente a través de las redes sociales digitales.

Tradicionalmente, se emite de lunes a viernes, de 10:00 a 12:30, hora de Brasilia. Cuenta con la presencia de al menos dos comentaristas, además de reporteros que participan mayoritariamente en vivo. Se define como una mesa

redonda, pero combina elementos de un noticiero de televisión.

La pandemia de COVID-19 hizo que, desde el 30 de marzo hasta el 22 de junio de 2020, el *Redação SporTV* se presentara directamente desde las casas de los participantes, lo que llevó a un cambio temporal de nombre: *Redação Home Office*.

Patatt (2021) realizó una investigación centrada en el impacto general de la pandemia de COVID-19 en el periodismo deportivo brasileño, en la cual presenta un análisis general de la mencionada modificación en el *Redação SporTV*. Es importante mencionar, para una mejor comprensión de algunos aspectos estructurales importantes del programa, que, además del cambio en el nombre del programa, se realizaron ajustes en la introducción y las características visuales acordes con la propuesta de videoconferencia. Se utilizó un software llamado *Cloudcast*, operado a través de Internet, para la realización del programa, lo que requirió la reducción en el número de participantes. El horario en la cuadrícula de programación y la duración se modificaron en varios momentos: inicialmente se presentaba solo de 13:00 a 14:00, también de lunes a viernes, luego se incrementó gradualmente la duración a medida que las actividades deportivas se reanudaron en todo el mundo. Llegó a ser la única atracción transmitida en vivo diariamente en SporTV.

Con la intención de realizar un estudio secuencial al de Patatt (2021), pero con objetivos, hipótesis y técnica de investigación diferentes, se utiliza el mismo período de análisis de la autora: se grabaron treinta ediciones de *Redação SporTV* en dos intervalos diferentes; primero, del 30 de marzo al 18 de junio de 2020 (cuando el programa estaba en formato de *home office* y no había competiciones nacionales o internacionales de fútbol con la participación

4 Disponible: <http://canaiglobosat.globo.com/>. Acceso el 14 de enero de 2021.

de brasileños), y del 29 de septiembre al 20 de noviembre de 2020.

El segundo intervalo comienza exactamente tres meses después de que el programa regresara a su formato habitual, en condiciones deportivas cercanas a la normalidad, con el presentador de regreso al estudio y sólo los invitados y algunos reporteros trabajando desde casa.

Los programas fueron grabados de dos maneras, en ambos casos utilizando la herramienta *Apowersoft*, que captura la pantalla de la computadora. Primero, los videos se obtuvieron directamente de la página del *Redação SporTV* en internet⁵. Luego, la recopilación se realizó a través del sitio web *Globoplay*⁶, por suscripción, con el programa disponible en vivo. Las fechas de grabación se determinaron por sorteo, a excepción del estreno de *Redação Home Office*, que fue el punto de partida. Se utilizó el “muestreo probabilístico de semanas compuestas” (Fonseca Junior, 2006, p. 293).

Se emplea como metodología el estudio de caso centrado en el análisis de contenido y con realización de entrevistas.

De forma más específica, la situación de *Redação SporTV*, con todas las especificidades mencionadas anteriormente, sirvió como base para investigar un fenómeno - el de la convergencia - dentro de su contexto de realidad, como lo indica Yin (2005) al tratar el estudio de caso. Esto brinda la posibilidad de un estudio exploratorio capaz de proporcionar indicios de una realidad más amplia y proveer datos para

investigaciones posteriores. Se tiene en cuenta la posibilidad de “[...] explorar situaciones de la vida real cuyos límites no están claramente definidos” (Gil, 2008, p.58).

El punto de partida es el análisis de contenido de los treinta programas grabados, utilizando un formulario de codificación que, además de los datos básicos sobre la emisión, como la fecha, el formato de trabajo desde casa o no y el número de participantes, tiene como objetivo recopilar información específica sobre la estandarización de audio y video, indicios de uso de equipos propios por parte de los participantes, variaciones en los formatos periodísticos, uso de contenido producido por otros medios del grupo Globo, presencia de interactividad y relación con las redes sociales digitales. Todas las ediciones grabadas se visualizaron en su totalidad y los datos se recopilaron y analizaron manualmente.

Aunque el estudio de caso no sea un método basado en guiones rígidos, se siguen los pasos de la delimitación de la unidad de caso; recolección de datos; selección, análisis e interpretación de los datos; elaboración del informe.

A partir de eso, el siguiente paso fue llevar a cabo entrevistas a través de internet⁷ con tres profesionales relacionados con *Redação SporTV*: el presentador, un comentarista y el jefe de redacción de deportes del Grupo Globo. Al seguir lo que definen Batista, Matos y Nascimento (2017), fue posible “[...] comprender la subjetividad del individuo a través de sus testimonios, ya que se trata de la forma en que esa persona observa, experimenta y analiza su tiempo histórico, su momento, su entorno social, etc.” (p.27).

5 Durante todo el período de *Redação Home Office*, el programa estuvo disponible posteriormente a su emisión en vivo de forma gratuita para el público, tanto en formato de video como de audio, a través del podcast *Você da Imprensa*.

6 Disponible: <https://globoplay.globo.com/>. Acceso el 26 de mayo de 2023.

7 Justificadas por el hecho de que la entrevistadora y los entrevistados se encontraban en diferentes países.

La entrevista con el presentador del programa *Redação SporTV*, Marcelo Barreto, y con el periodista participante de *Redação SporTV*, Sérgio Xavier Filho, se pueden considerar como entrevistas semiestructuradas (Gil, 2008), ya que se desarrollaron de manera más espontánea. Se tuvo en cuenta preguntas clave que se desplegaron en otras a medida que surgían dudas y necesitaban ser resueltas.

Por otro lado, la entrevista con el director de redacción deportiva del grupo Globo, Gustavo Maria, se realizó de manera estructurada (Gil, 2008), predeterminando en mayor medida las respuestas que se iban a obtener, con preguntas cerradas.

4. RESULTADOS

Se probaron las siguientes hipótesis:

- 1) El uso de dispositivos con capacidad de grabación de audio y video pertenecientes a los periodistas participantes del programa y no a la emisora de televisión, ni con el exclusivo propósito de producciones periodísticas, asociado al conocimiento tecnológico de estos profesionales de la comunicación, fueron elementos cruciales para el desarrollo de *Redação Home Office*.

En el 100% de los programas analizados, se verificó la utilización de dispositivos con capacidad de grabación de audio y video pertenecientes a los periodistas participantes del programa y no a la emisora de televisión, ni con el exclusivo propósito de producciones periodísticas.

Esta afirmación es posible al asociar tres situaciones: en primer lugar, se puede advertir la falta de estandarización de sonido e imagen en las participaciones de los invitados; además, en el trabajo de Patatt (2021), el presentador

del programa Marcelo Barreto ya había confirmado que, entre todos, solo él había recibido una computadora portátil de la emisora para utilizar en la realización del programa; y en una entrevista para este trabajo, el periodista y comentarista de *Redação SporTV*, Sérgio Xavier Filho, reveló detalles sobre cómo fue el proceso desde la perspectiva de un participante, especialmente durante *Redação Home Office*, que corresponde al primer intervalo grabado, entre marzo y junio de 2020.

Xavier Filho (2023) recuerda que el programa *Cloudcast*, utilizado para la realización de *Redação Home Office*, no funcionaba en su teléfono celular ni en su tableta. Por lo tanto, tuvo que improvisar:

[...] tuve que tomar una computadora que estaba aquí tirada y adaptarla, conectar cables, etc. Entonces, luché, luché hasta entender (sobre *Cloudcast*), y todo con nuestras cosas, auriculares, todo nuestro, no teníamos ninguna estructura de 'Globo'. ¿Por qué? Porque era una emergencia. Entonces, mirando retrospectivamente ahora, no podemos olvidar que en ese momento las personas no podían tener contacto físico, ¿verdad? No podía venir un técnico a instalar algo [...] Y entonces me las arreglé, pedí ayuda a mi hija [...] Y para eso tenía que hacer cosas como no usar WiFi, esa era la recomendación, que conectáramos un cable directo a la red. Y ¿dónde está ese cable que es algo que nunca usamos? Entonces, ya estábamos sufriendo en esa parte tecnológica. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

Esta práctica continuó incluso con el regreso del presentador al estudio, como se pudo ob-

servar en el segundo intervalo de análisis, entre el 29 de septiembre y el 20 de noviembre de 2020, cuando los comentaristas continuaron participando desde sus hogares.

Figura 1

Ejemplo de la situación en la que el presentador ya ha regresado al estudio, pero los comentaristas siguen en casa y participan a través de sus propios dispositivos.



Nota: Redação SporTV, 14 de octubre de 2020.

A pesar del aumento en las exigencias y demandas, la empresa no brindó formación complementaria a los periodistas, limitándose únicamente al equipo que operó el software *Cloudcast* desde el punto de vista técnico. Esto lo afirma el presentador Marcelo Barreto en una entrevista para este trabajo:

Eso fue lo más importante: tener el programa (software), saber que funcionaba y desarrollar personas dentro de la empresa que fueran capaces de utilizarlo, solucionar cualquier problema eventual [...] Entonces se formó un equipo técnico especializado en manejar el *Cloudcast* y ahí es cuando el *Redação* obtuvo luz verde para salir al aire. (M. Barreto, comunicación personal, 29 de diciembre de 2020)

El análisis de esta situación revela aspectos contradictorios en lo que respecta a la convergencia. Los periodistas tuvieron que utilizar recursos tecnológicos relacionados con Internet, pero adaptados para la televisión y en un intento más de sustitución de emergencia que de

convergencia tecnológica. Algo que sólo evolucionó posteriormente.

En cierto momento, cuando la televisión pensó que la pandemia iba a durar más tiempo, distribuyeron un kit a las personas principales que transmitían desde sus casas, principales en términos de frecuencia y no de importancia. Entonces fueron a casa de cada una de estas personas, yo fui una de ellas, con un trípode, una iluminación -una sola, esa que parece un halo, grande-, auriculares y un micrófono. Esto mejoró mucho la calidad de transmisión de todos. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

A pesar de ello, el proceso puede considerarse exitoso, ya que *SporTV* logró mantenerse al aire y sigue alcanzando altos niveles de audiencia. Es importante destacar que este proceso también condujo a modificaciones que perduran en el período posterior a la pandemia:

La necesidad de tener un estudio en mi casa me llevó, por supuesto, a adquirir habilidades que no tenía. Mejoré muchísimo, muchísimo [...] y creo que, para otras personas, que dependían más de terceros -mis colegas- tal vez la evolución, la necesidad, haya provocado una transformación aún mayor. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

2) Hubo una reducción en el número de profesionales relacionados a los procesos de producción, grabación y emisión durante la pandemia. Una demanda que anteriormente era atendida por más personas pasó a ser cubierta por menos, con indicios de convergencia especialmente desde el

punto de vista tecnológico y profesional.

Esta hipótesis surge como consecuencia de la anterior y se confirma: hubo una reducción en el número de personas relacionadas a los procesos periodísticos en el canal SporTV durante la pandemia, con los profesionales asumiendo múltiples funciones. Esto demuestra aspectos de la convergencia tecnológica mencionada anteriormente, así como también de la convergencia profesional: “La pandemia aceleró un proceso que ya estaba en marcha, de simplificación y reducción de costos [...] nos convertimos en todo, en cámaras, en iluminadores y mucho más” (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023).

Como se mencionó anteriormente, esta realidad no significó una mejora en la calidad, ni siquiera su mantenimiento, sino que fue un recurso suficiente para garantizar la continuidad de las actividades en el canal SporTV, en un momento completamente atípico.

Las mayores dificultades fueron realmente cuando hubo problemas técnicos, ya sea en la plataforma o problemas muy frecuentes con quienes participaban en el programa, incluyéndome a mí, que tuve algunas veces problemas de conexión durante el período de trabajo desde casa. En la mayoría de los casos pudimos disimularlo, pero en algunas ocasiones los comentaristas tuvieron que asumir y decir que iba a volver en cualquier momento. (M. Barreto, comunicación personal, 29 de diciembre de 2020)

Desde la perspectiva de la convergencia profesional, también es relevante destacar un aspecto señalado por Barreto (2020) que se refiere indirectamente a la prueba de esta hipótesis: los periodistas deportivos también tuvieron

que trabajar en otras áreas que no estaban relacionadas con el deporte. El presentador revela que muchos profesionales de SporTV fueron asignados a otras emisoras del Grupo Globo para trabajar en la producción de noticias generales. Al mismo tiempo, los temas abordados en *Redação SporTV* también trascendieron las cuestiones deportivas. Patatt (2021) detalló que el programa abordó cuestiones como política y salud pública, a veces incluso más que el propio deporte en varias ediciones. En una entrevista para este trabajo, Marcelo Barreto corrobora esto:

En cuanto a tratar temas relacionados a la pandemia, esto va en línea con lo que suelo decir, que el periodista deportivo debe estar preparado para en algunos momentos ser periodista, no solo deportivo. Y este fue un desafío interesante que tuvimos que enfrentar durante el período de *Redação Home Office*. Requirió que nos informáramos más sobre un área que no es necesariamente nuestra área de especialización, y creo que, sobre todo, exigía mucha responsabilidad al hablar sobre el regreso o no del fútbol y otros deportes. Estábamos tratando un tema más amplio, que era un tema de interés de la sociedad. (M. Barreto, comunicación personal, 29 de diciembre de 2020)

A pesar de todos estos factores, Xavier Filho (2023) asegura que no se sintió abrumado, pero que no todos los profesionales tuvieron la misma capacidad de adaptación. Según él, para algunos fue más difícil lidiar con la acumulación de tareas, especialmente aquellos que estaban acostumbrados a una estructura de televisión con funciones bien definidas. A pesar de que se ha observado una reducción en la calidad de las producciones, algo que se detalla

en Patatt (2021), el periodista no considera que esto haya sido un problema:

Cuando se realiza un análisis de emisión y recepción de contenido, uno se da cuenta de que aquellos que reciben el contenido también están en una situación difícil, también están en una situación de emergencia, saben que su vida tiene menos calidad debido a las limitaciones de no poder salir a la calle, debido al confinamiento en sí mismo. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

El periodista también expone que aquellos con una experiencia profesional marcada por la versatilidad, con pasajes por diferentes medios de comunicación y que tienen “intimidad con la radio, el audio, el video, la escritura” (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023), realmente marcaron la diferencia.

Esta afirmación está en total sintonía con las ideas de convergencia tecnológica, profesional y también empresarial. Esta última se evidencia especialmente en la confirmación de la tercera hipótesis de este trabajo.

3) La redacción integrada, donde profesionales de diferentes medios del mismo grupo trabajaban en el mismo lugar, fue determinante para superar algunas dificultades durante la pandemia de COVID-19, así como la capacidad de operar en un sistema de redacción a distancia, en el contexto en línea.

Según el director de Redacción de Deportes del Grupo Globo, Gustavo Maria, quien asumió el cargo en 2018, antes de la pandemia ya existía una estructura que unía diferentes medios del conglomerado de comunicación brasileño:

“[...] una estructura integrada que trabaja para SporTV, TV Globo y GE.globo. Nuestra redacción en Río tiene aproximadamente 400 profesionales [...] La principal redacción de SporTV se encuentra en Río de Janeiro, donde están los estudios del canal. Y, en consecuencia, donde se encuentran los presentadores, editores jefes y la mayoría de los narradores y comentaristas. Pero también hay una gran redacción en São Paulo y redacciones en Belo Horizonte, Recife y Brasilia.” (G. Maria, comunicación personal, 11 de febrero de 2022)

Dicho esto, es posible considerar que la mencionada estructura tuvo influencia en la producción periodística durante la pandemia. El análisis realizado en este trabajo constató que, a excepción de los dos primeros programas grabados durante el primer intervalo que no tuvieron ni siquiera una imagen para ilustración, en los demás (que representan el 90% del total) al menos un medio del Grupo Globo de Comunicación, que comparte la misma redacción que SporTV de manera integrada, fue mencionado y su contenido fue utilizado durante el período de *Redação Home Office*.

Según Maria (2022), actuar de manera convergente fue fundamental para satisfacer esas necesidades, no sólo del programa mencionado, sino también de los canales de información de todo el conglomerado:

El trabajo integrado desarrolla profesionales más completos, con una visión multiplataforma, más preparados para el presente y el futuro. Estar juntos fue muy importante durante la pandemia. La integración de las estructuras nos permitió tener una visión más amplia del equipo y una distribución más efi-

ciente de nuestra fuerza de trabajo. Y, en medio de tantas ausencias, siempre logramos ofrecer contenido relevante a nuestros consumidores, ya sea en digital, en televisión por cable o en televisión abierta. (G. Maria, comunicación personal, 11 de febrero de 2022)

El hecho de que las redacciones estuvieran integradas desde antes de la pandemia también fue considerado, por Maria (2022) como algo fundamental durante el período de *Redação Home Office*. Esto ocurría, según Barreto (2020), cuando la mayoría de las personas, incluyendo editores jefes y ejecutivos, trabajaban desde casa, con pocas excepciones para los profesionales indispensables en términos operativos:

La pandemia nos hizo descubrir la posibilidad de trabajar desde casa [...] luego, fuimos desarrollando un modelo híbrido. Las funciones que necesitan estar en la redacción, en las salas de edición, en los estudios y en la calle, trabajan de forma presencial. Aquellos que pueden desempeñar sus funciones desde casa, tienen un horario escalonado. Van a la redacción una vez por semana. Desde entonces, la redacción nunca ha estado ocupada al 40% de su capacidad. (G. Maria, comunicación personal, 11 de febrero de 2022)

En otras palabras, la situación del trabajo remoto como parte del proceso de convergencia relacionado con la reestructuración de las redacciones también se destaca, y como se ha visto aquí, no solo en el caso de *Redação SporTV* o del canal *SporTV*, sino en toda la redacción unificada del *Grupo Globo de Comunicação*, lo cual es significativo.

Sin embargo, no se puede afirmar que el trabajo integrado haya sido completamente efectivo, según afirma Xavier (2023):

Debido a las diferencias culturales, nunca logramos tener una integración perfecta en la que pudieras producir algo para un lado y entender rápidamente que necesitabas enviarlo al otro. Eso no sucede de forma orgánica. Siempre necesita que aparezca algún supervisor o jefe para decir: "oye, ¿por qué no pones esto en GE?". Por lo tanto, es una integración parcial, que creo que aún no ha funcionado del todo, tiene un poco de espejismo de que funciona perfectamente, pero creo que no funciona porque no nació así. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

Una vez más, se destaca la necesidad de adaptación de los profesionales de la comunicación a diferentes funciones, el trabajo en red – sea a distancia o presencial – y el reajuste de los formatos como características de la convergencia en el periodismo.

4) La dificultad para producir nuevos contenidos con las características audiovisuales propias de la televisión debido a factores como la falta de entrenamientos y competiciones deportivas, así como la necesidad de distanciamiento social, aceleró la convergencia de contenidos.

Dicha hipótesis puede considerarse apenas parcialmente verdadera.

Existe una convergencia de contenidos en la medida en que la interactividad estuvo presente en ambos intervalos analizados: se utilizaron comentarios enviados por los televidentes a través de Twitter, utilizando el hashtag #Re-

daçãoSporTV, tanto durante el período de trabajo remoto como en el regreso al estudio.

Por otro lado, en lo que respecta al uso de producciones periodísticas de otros medios de comunicación, la constatación sigue lo que presentó Patatt (2021). Se observó más una remediación de contenidos que una verdadera convergencia. Los dos primeros episodios de *Redação Home Office* no contaron con el uso de ningún formato de periodismo televisivo. La similitud era más bien una conversación transmitida en internet.

Figura 2

Ejemplo de cómo se presentó el primer Redação Home Office.



Nota: Redação Home Office, 30 de marzo de 2020.

Todos los demás programas en ambos intervalos tenían imágenes para ilustrar algunas intervenciones, pero durante el *Redação Home Office* el producto final no tenía características únicas. El material simplemente se redistribuía en una plataforma diferente. Por ejemplo, se mostraba la portada de un periódico, se leía y se la comentaba, sin agregar necesariamente atributos particulares de la televisión.

Figura 3

Ejemplo de remediación de contenidos



Nota: Redação Home Office, 05 de junio de 2020.

Según Sérgio Xavier Filho, hubo una gran cercanía de las redes sociales, no sólo en el programa *Redação SporTV* o en el *Redação Home Office*, sino en el canal SporTV en general, especialmente cuando se recurrió a la retransmisión de partidos de fútbol antiguos para mantener la programación en el aire.

Empezamos a hablar de cosas antiguas, como la final de la Copa del Mundo de 1970 [...] eso es algo propio de los aficionados de YouTube, que van y buscan contenido antiguo y lo disfrutan, luego van y buscan otro... Creo que, de alguna manera, debido a las limitaciones, también nos convertimos un poco en eso. Nos convertimos en un gran YouTube en ese sentido, transmitiendo contenido que no es necesariamente contemporáneo. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

El periodista también destaca las características de otros medios que antes no formaban parte del programa *Redação SporTV*.

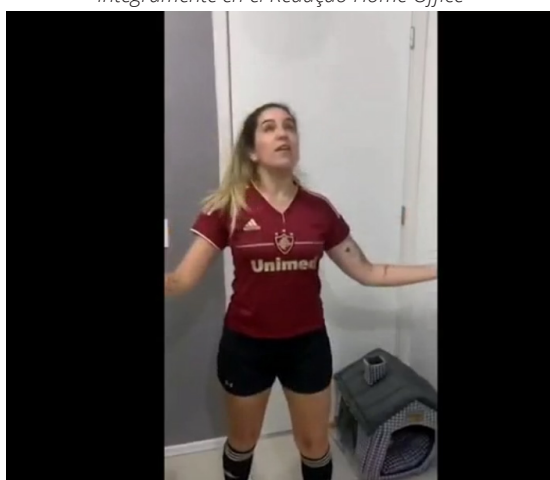
[...] es un recurso que realmente no utilizábamos, el texto, las citas en medio de la pantalla, empezar a usar más imágenes de las propias redes sociales e incluso una 'tiktokización'⁸ de nuestro periodismo. Dejó algunas marcas, algo se quedó para ahora, creo que seguimos con estas nuevas posibilidades, que se utilizan con mucha más frecuencia que antes de la pandemia. No creo que necesariamente sea algo malo. (S. Xavier Filho, comunicación personal, 29 de mayo de 2023)

⁸ Refiriéndose a red social TikTok.

En cuanto a las redes sociales, es posible utilizar como ejemplo de remediación de contenido la exhibición de un clip de colaboradores del Grupo Globo realizado a partir de una tendencia de la red social digital TikTok y que fue mostrado íntegro en la apertura de un programa y sin alteración alguna. Estos cambios se evidencian, por ejemplo, desde el formato de la pantalla: se grababa completamente en vertical, al igual que los contenidos de TikTok, algo que no concuerda con la práctica televisiva habitual.

Figura 4

Contenido para TikTok reproducido íntegramente en el Redação Home Office



Nota: Redação Home Office, 28 de abril de 2020.

Es posible decir que la remediación fuese una forma de satisfacer una necesidad que, en ese momento, no podía ser contemplada de otra manera.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

La convergencia presentada por el canal brasileño SporTV no fue pensada ni estructurada en su totalidad, sino que se llevó a cabo de forma emergencial. Aun así, resultó eficiente, ya que permitió, en términos generales, la integración de herramientas, espacios de trabajo y lengua-

jes en beneficio de la programación deportiva en vivo.

Incluso en un momento sin entrenamientos ni competiciones, donde no había la posibilidad de desarrollar temas debido a la necesidad de distanciamiento social impuesta por la pandemia de COVID-19, el programa *Redação SporTV* logró cumplir su papel de informar a su audiencia.

La capacidad multimedia de los profesionales, junto con la visión general del periodismo no solo desde la perspectiva deportiva, fueron aspectos fundamentales en la realización de las actividades periodísticas en el canal SporTV.

En cuanto a la redacción integrada, se puede considerar, según los diferentes puntos de vista presentados en las entrevistas, que habría una mayor facilidad en el trabajo si existiera una integración completa con una infraestructura multiplataforma controlada por un sistema central de noticias y una gestión única del flujo informativo. No basta con conexiones que se producen a través de la intervención de los coordinadores multimedia o ciertas rutinas colaborativas.

El hecho de que *Redação SporTV* presente características de un agregador de contenidos, también actuando a partir de información publicada en otros medios, facilitó el trabajo durante la pandemia. Sin embargo, se considera que habría sido posible una actuación de manera más convergente, no solo replicando esa información, sino con características únicas de cada producto y en un lenguaje realmente televisivo.

Dicho esto, y teniendo en cuenta la prominencia de la muestra por los motivos ya mencionados, aunque se trate de un estudio de caso, es posible afirmar que la convergencia periodística fue fundamental para el desarrollo del pe-

riodismo deportivo televisivo en Brasil durante la pandemia de Covid-19.

Esta situación concuerda con lo constatado en otros países, según la bibliografía recopilada, especialmente en lo que respecta al aprovechamiento de contenidos, la estructura de las redacciones, la utilización televisiva de formatos provenientes de otros medios, la necesidad de que los periodistas sean "multidisciplinarios" -no solo desde la perspectiva tecnológica, sino también en cuanto a la necesidad de abordar temas de manera más amplia-, así como las nuevas formas de distribución de noticias y el trabajo en múltiples plataformas.

Aunque existen varios estudios sobre el tema en las empresas de comunicación brasileñas, el enfoque específico en la pandemia con todas sus situaciones controvertidas muestra cómo la convergencia marcó la diferencia en un momento de tanta crisis. Después de todo, es más difícil imaginar y poner en práctica nuevos modelos de comunicación bajo presión.

Se ha observado una aceleración del proceso de convergencia y las interrogantes que ahora deben plantearse se refieren a las implicaciones futuras de estas medidas de emergencia, así como a las situaciones paralelas en otras empresas de comunicación, con el fin de obtener comparaciones más definitivas.

REFERENCIAS

- Batista, E.C., Matos, L.A. & Nascimento, A.B. (2017). A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, 11(3), 23-38. <https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/rica/article/view/17910>.
- Boyle, R. (2017). Sports Journalism: Changing Journalism Practice and Digital Media. *Digital Journalism* 5(5), 493-495. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1281603>
- Bradshaw, T. (2020). Sports journalism should toy with some different ideas. In J. Mair, *The Virus and the media. How journalism covered the pandemic*. Bite-sized Books. [https://eprints.glos.ac.uk/8443/1/8443-Bradshaw-\(2020\)-Sports-journalism-should-toy-with-some-different-ideas.pdf](https://eprints.glos.ac.uk/8443/1/8443-Bradshaw-(2020)-Sports-journalism-should-toy-with-some-different-ideas.pdf).
- Canavilhas, J. (2012). Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 7-21. <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.369>
- Canavilhas, J., Satuf, I., Luna, D., & Torres, V. (2015). Jornalistas e tecnoatores: dois mundos, duas culturas, um objetivo. *Esfemas*, (5). <https://doi.org/10.31501/esf.v0i5.5690>
- Canavilhas, J., Satuf, I., de Luna, D., Torres, V., Baccin, A., & Marques, A. (2016). Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line. *Revista FAMECOS*, 23(3), . <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.3.24292>
- Carvalho, P. (2023). *SporTV registra audiência histórica e vive melhor abril desde o início da pandemia*. Retrieved 25 May 2023, from <https://rd1.com.br/sportv-registra-audiencia-historica-e-vive-melhor-abril-desde-o-inicio-da-pandemia/>
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29 (2) <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Deuze, M., & Witschge, T. (2017). *Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism*. SAGE Journals. <http://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Fechine, Y. (2001). Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. *Revista Symposium*, 5(1), 14 - 26. <http://www.maxwell.lambda.ele.pucrio.br/3195/3195.PDF>.
- Ferrucci, P., & Perreault, G. (2022). Local is now national: The Athletic as a model for online local news. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221117748>

- Fonseca Júnior, W. (2006). Análise de Conteúdo. En A. Barros & J. Duarte (Ed.), Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação (pp. 280-304). Atlas.
- García-Avilés, J. A. (2021). Journalism as usual? managing disruption in virtual newsrooms during the COVID-19 crisis. *Digital Journalism*, 9(9), 1239–1260. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1942112>
- García-Avilés, J. A. (2021). Journalism as usual? managing disruption in virtual newsrooms during the COVID-19 crisis. *Digital Journalism*, 9(9), 1239–1260. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1942112>
- Gil, A. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas.
- Götz, C. & Costa, C. (2021). O impacto da pandemia de covid-19 nas rotinas dos departamentos de esportes das rádios Guaíba, Itatiaia, Super Tupi e Bandeirantes. *Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura*, 10(1). <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4646>.
- Mair, J. (2020). *The virus and the media: How journalism covered the pandemic*. Bite-Sized Books.
- Memória Globo (2021). *Copa do Mundo da Espanha – 1982*. Recuperado el 25 de Mayo de 2023 en <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/copa-do-mundo-da-espanha-1982/noticia/copa-do-mundo-da-espanha-1982.ghml>
- Morisson, S. (2014). The Toy Department Shall lead us. *Columbia Journalism Review*. https://archives.cjr.org/reports/the_toy_department_shall_lead.php
- Mosby J. (2020, 14 de septiembre). A world without sports: How sports journalists are handling the pandemic. *The Daily Egyptian*. <http://www.dailyegyptian.com/102333/sports/a-world-without-sports-how-sports-journalists-are-handling-the-pandemic/>.
- Olsen, R. K., Pickard, V., & Westlund, O. (2020). Communal News Work: Covid-19 calls for collective funding of Journalism. *Digital Journalism*, 8(5), 673–680. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1763186>
- Patatt, C. (2021). O telejornalismo esportivo brasileiro durante a pandemia de COVID-19: uma análise ao programa redação SporTV. In D. Guimarães, F. Giacomelli, L. Margadona, J. Barcellos & J. Marques, *Instantes revelados: da fotografia ao esporte* (1st ed., pp. 302-336). Ria Editorial. Retrieved 16 February 2022, from <http://www.riaeditorial.com/index.php/instantes-revelados-da-fotografia-ao-esporte/>.
- Patatt, C. (2023). COVID-19: a produção multimídia dos clubes de futebol como recurso para os canais de televisão. *Comunicação Pública*, 18(34). <https://doi.org/10.34629/cpublica.736>
- Patatt, C. & Rocha, F. (2020). Jornalismo Em Tempos De COVID-19: o fact-checking no Brasil e em Portugal durante os 90 primeiros dias da pandemia. *Revista GEMInIS*, 11 (2), 67-80. <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/503/380>

- Perreault, G. & Nölleke, D. (2022). What is sports journalism? How covid-19 accelerated a redefining of U.S. Sports Reporting. *Journalism Studies*, 23(14), 1860–1879. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2022.2117237>
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 81, 32 – 39. <https://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2015/09/Convergencia-de-los-medios-Ram%C3%B3n-Salaverr%C3%ADa.pdf>
- Salaverría, R. (2010). Estructura de la Convergencia de Medios. En X. Lopez & X. Pereira (Ed.), *Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España* (pp. 27-40). Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Salaverría, R., Avilés, J., Masip, P. (2010). *Concepto de Convergencia Periodística*. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_periodistas_pp41-64.pdf
- Schallhorn, C. & Kunert, J. (2020). Football without football: Creativity in German football coverage by TV broadcasters and clubs during the Coronavirus Crisis. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 514-522. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0234>
- Vaquer, G. (2020). *SporTV termina 2019 como canal de TV paga mais visto no Brasil; Grupo Globo emplaca 4 canais no Top 5*. Recuperado el 25 de Mayo de 2023 en <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/spor-tv-termina-2019-como-canal-de-tv-paga-mais-visto-no-brasil-grupo-globo-emplaca-4-canais-no-top-5>
- Yin, Robert (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Bookman.