

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO



*“PERCEPCIÓN DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS
ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO
DE LA UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA, 2021”*

TESIS

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Periodismo

PRESENTADO POR:

Carlos Eduardo Revilla Rodríguez

ASESOR (A):

Mario Rubén Gonzales Ríos

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A Dios quién me permitió llegar hasta aquí, guiando mis pasos a lo largo de la carrera universitaria y, sobre todo, gozando de buena salud para poder concluir mis metas trazadas en medio de la pandemia que estamos viviendo.

A mis padres, familiares y mi perrito Manchas, quién me acompañó en todo momento. Sin su apoyo, no hubiera logrado mi objetivo.

Y de manera especial, en memoria de mi padrino, quién ya no se encuentra conmigo desde hace varios años y siempre lo tengo presente en todo lo que haga.

AGRADECIMIENTO

A mi familia y amigos más cercanos por todo el apoyo brindado durante todo este proceso. Gracias por no dejarme rendir en todo este tiempo. Agradecido y bendecido por tenerlos en mi vida.

ÍNDICE

CARÁTULA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE	
RESUMEN	

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	11
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1 Problema General	13
1.2.2 Problema Especifico	14
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.3.1 Objetivos General	14
1.3.2 Objetivos Específicos	14
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.4.1 Teórica	15
1.4.2 Metodológica	15
1.4.3 Práctica	15
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.5.1 Temporal	16
1.5.2 Espacial	16
1.5.3 Social	16

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO HISTÓRICO	16
2.2 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	29
2.2.1 Nacional	29
2.2.2 Internacional	39

2.3 BASES TEÓRICAS	51
2.3.1 Periodismo Deportivo	51
2.3.1.1. Definición	51
2.3.1.2. Características	55
2.3.1.3. Factores	61
2.3.1.4 Fundamentos	63
2.3.1.5 Clasificación, Tipos	65
2.3.2 Percepción	70
2.3.2.1 Definición	70
2.3.2.2 Características	71
2.3.2.3 Factores	74
2.3.2.4 Fundamentos	75
2.3.2.5 Clasificación, Tipos	76
2.3.2.6 Teorías Deportivas	79
2.4. MARCO CONCEPTUAL	82

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	85
3.1.1 Hipótesis general	85
3.1.2 Hipótesis específicas	85
3.2 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	86
3.2.1 Definición conceptual	86
3.2.2 Definición operacional	86
3.3 TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	88
3.3.1 Tipo de investigación	89
3.3.2 Nivel de investigación	89
3.3.3 Diseño de investigación	89
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	90
3.4.1 Población	90
3.4.2 Muestra	90

3.4.3 Muestreo	91
3.5 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	91
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	91
3.6.1 Técnicas	91
3.6.2 Instrumentos (confiabilidad y validez)	91
3.7 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	92

CAPÍTULO IV

RESULTADOS	92
DISCUSIÓN	95
CONCLUSIÓN	98
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	108
MATRIZ DE CONSISTENCIA	109
CUADROS DE ENCUESTAS	110
FIGURAS	116
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	117
PRUEBA DE CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE INSTRUMENTOS	120

Resumen

En el presente trabajo de investigación, denominado "Percepción del Periodismo Deportivo en los estudiantes de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza". 2021; una investigación para conocer la capacidad para informar de los futuros periodistas sobre las disciplinas deportivas.

La técnica utilizada fue la recolección de datos, y el instrumento fue una encuesta a los estudiantes del noveno ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. El tipo de investigación es descriptivo – cuantitativo.

Además, el objetivo principal de este estudio fue Determinar la Percepción respecto al Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. El conocimiento sobre los deportes para que pudieran proporcionar información precisa a los espectadores. Por otro lado, trata de señalar los recursos o ayudas gráficas del Perú y otros países y su constante desarrollo en el tiempo.

Si bien, esta investigación es asegurar que los futuros periodistas estén mejor preparados y entiendan el propósito del periodismo deportivo. Es innegable que este tipo de periodismo ha evolucionado radicalmente a lo largo de las últimas décadas, y su influencia dentro del ámbito informativo es considerable.

Con el tiempo, la transcendencia del periodismo deportivo, han surgido diferentes formas de verlo y definirlo. Un ejemplo es de Álvarez (2013), quién apunta al

periodismo deportivo como una gran oportunidad para contar un gran acontecimiento deportivo con libertad para destacar los hechos y convertirlo en lenguaje. (p.47)

Aunque en algunos casos el periodismo deportivo se ha visto obstaculizado por comunicadores que no supieron transmitir la información correcta. Se ha comprobado a través de las encuestas que existen factores positivos que, a la larga, repercutirán directamente en la corrección de errores. Y con ello, permitir que esta carrera siga siendo una fuente de información entretenida, dinámica y veraz.

Finalmente, se puede concluir que este estudio se basa en el procesamiento de información deportiva y sus diferentes categorías. Por otro lado, no se puede olvidar la importancia y desarrollo de los gráficos y las fuentes de cada periodista.

Palabras claves: Periodismo Deportivo, Percepción, Disciplinas deportivas, Géneros Deportivos, Remuneración.

ABSTRACT

In the present research work, called "Perception of Sports Journalism in the students of the Professional School of Journalism of the Jaime Bausate y Meza University"; It consisted of knowing the knowledge and ability to report on the various sports disciplines.

The technique used was data collection, and the instrument was a survey of students in the ninth cycle of the Jaime Bausate y Meza University. The type of research is descriptive - quantitative.

Also, the main objective of this study was to find out the knowledge about the sports so that they could provide accurate information to the viewers. On the other hand, it tries to point out the resources or graphic aids of Peru and other countries and their constant development over time.

Although, this research is to ensure that future journalists are better prepared and understand the purpose of sports journalism. It is undeniable that this type of journalism has evolved radically over the last decades, and its influence within the information field is considerable.

Over time, the transcendence of sports journalism, different ways of seeing and defining it have emerged. An example is Álvarez (2013), who points to sports journalism as a great opportunity to tell a great sporting event with the freedom to highlight the facts and turn it into language. (p.47)

Although in some cases sports journalism has been hindered by communicators who did not know how to transmit the correct information. It has been verified through the surveys that there are positive factors that, in the long run, will directly affect the correction of errors. And with it, allow this race to continue being a source of entertaining, dynamic and truthful information.

Finally, it can be concluded that this study is based on the processing of sports information and its different categories. On the other hand, the importance and development of the graphics and sources of each journalist cannot be forgotten.

Keywords: Sports Journalism, Perception, Sports Disciplines, Sports Genres, Remuneration.

I.- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

El periodismo es la profesión que se encarga de buscar, recolectar, indagar, investigar, consultar fuentes, etcétera. El periodista necesita analizar, organizar, darle un determinado seguimiento para poder dirigirlo a un público objetivo. Dicha información puede ser hechos que han transcurrido a través del tiempo, actuales o que pueden ocurrir en un futuro. Toda información debe ser veraz; si alguien informa sobre una noticia falsa, crea alarma en la población y pone en duda la veracidad de esa persona.

Una de las ramas del periodismo es el ámbito deportivo, que su función básica es informar sobre los diferentes deportes que existen tanto nacional como internacional. Hoy, ya no solo se ve el deporte, sino, otras cosas complementarias como los contratos, marcas auspiciadoras, entre otras cosas que se mezclan con los deportistas. El rol del periodista deportivo va más allá del terreno de juego como las cuestiones personales, comerciales, datos extras. Todo se debe abordar con la misma calidad e instantaneidad.

El Periodismo Deportivo en Argentina se caracteriza por tener un amplio conocimiento y vocabulario en los diferentes deportes. El gran impacto que genera el Periodismo Deportivo es un claro ejemplo que ha ido evolucionando tras el paso de los tiempos. Las nuevas modalidades de informar e interactuar con su público objetivo, lo han posicionado en lo más alto de la rama.

En España, el Periodismo Deportivo cumple su función de; difundir la información a través de sus redes sociales, su gran desempeño y coberturas en sus deportes tanto de fútbol como básquet, balonmano, patines, y otros. Por otro lado, el gran impacto que género en su público objetivo y a diferentes partes de su país, lo posicionan como uno de los mayores influencias. España se ubica entre uno de los más grandes organizadores de eventos deportivos junto a Inglaterra e Italia.

En el Perú, en el Periodismo Deportivo, es monopolizado por el fútbol. Convirtiéndose en el único deporte difundido por los medios de comunicación y preferida por los hinchas. Los diferentes tipos de coberturas e información que se puede brindar, no cubren las expectativas de los aficionados relacionados al mundo del vóley, natación, tenis, boxeo, etcétera. En conclusión, no le dan el mismo trato a dichas disciplinas. El fútbol ha recibido mucha atención en los últimos años. Su función es ofrecer un producto de calidad a su público objetivo, donde la interacción con los hinchas es un factor importante para este campo. La poca información se debe al poco interés que muestran los hinchas del fútbol sobre otros deportes. También, los medios monopolizan únicamente al "deporte rey".

Este tema llamó la atención porque actualmente ves mucho público que piensa que "deporte" es fútbol y no conoce las reglas, campeonatos, atletas que representan al Perú en las distintas competencias. Además, la poca participación de los periodistas obedece al poco interés que muestra el público. Dejando de lado a las diversas disciplinas deportivas.

Muchos aficionados del fútbol, según las encuestas realizadas en este trabajo, desconocen que existen más disciplinas deportivas diferentes en el Perú. La atracción que genera el "balón" es tan grande que es capaz de captar toda la atención y ser el principal tema de discusión en los distintos programas deportivos. El gran alcance que pueden generar, hace que sea el tema principal en las diversas plataformas.

Las personas encargadas de informar sobre los eventos deportivos, no son bien remuneradas, haciendo que más de uno, busque un trabajo más para poder cubrir sus necesidades. Las empresas ofrecen un monto de S/.1500 a S/.3000 exigiendo desempeñarse en diversas áreas y categorías. La falta de empatía hace que, esta profesión más de uno se incline por otra rama del periodismo. (Aquino, 2003, p.20-25)

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

- ¿Cuál es la Percepción del Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la Percepción que tienen sobre el Periodismo Deportivo los estudiantes del IX ciclo de la Escuela de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021?

- ¿Cuál es la expectativa salarial del Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza,2021?
- ¿Cómo influye la Percepción del Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza,2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

- Analizar la Percepción del Periodismo Deportivo de los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar la Percepción que tienen del periodismo deportivo de los estudiantes del noveno ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.
- Conocer la expectativa salarial del Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza,2021.

- Identificar cómo influye el Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

- Este trabajo busca dar a conocer que el periodismo deportivo se está centrando principalmente en el fútbol y, por lo general, no toma en cuenta las otras disciplinas deportivas. El objetivo de la investigación es explicar, analizar, comprender, que tanto de conocimientos tienen los alumnos y por qué se inclinan por la rama deportiva, conocer cuánto puede ganar una persona en esta profesión.

1.4.2 Metodológica

- Este estudio aporta y da conocimientos nuevos sobre el periodismo deportivo. En lo particular, aportar nuevos instrumentos de investigación que puede ser utilizado más adelante. Para nuestra investigación se empleará un enfoque cuantitativo que nos permite formular las hipótesis y variables formuladas.

1.4.3 Práctica

- Esta investigación se justifica porque los resultados se obtienen de los propios estudiantes y se puede saber la razón de su elección y qué es lo que se espera

en esta rama. Asimismo, servirá para que los usuarios puedan tener un amplio conocimiento sobre el periodismo deportivo y ver si es una buena opción.

I.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

- La presente investigación se enfoca en el periodo de doce meses del año 2021, Respecto a la parte procedimental, se recolectará datos y opiniones, que nos brindará cada alumno de la Universidad Jaime Bausate y Meza respecto del año objeto de la investigación.

1.5.2 Espacial

- El estudio se realizará en Lima, exactamente en el distrito de Jesús María. Su desarrollo tiene como origen el centro de estudio de la Universidad Jaime Bausate y Meza. (Cuando las circunstancias lo ameritan será de manera virtual)

1.5.3 Social

- La población de estudio son los estudiantes del noveno ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El periodismo se pudo originar gracias a la imprenta en la Edad Media, ya que esto permitió la producción masiva de otras obras impresas, que luego podían ser

difundidas en diferentes lugares. El Diario Romano fue creado gracias a dichas publicaciones, lo que se impulsó la creación de diversos periódicos en la época. El único propósito era brindar información a la población sobre el gobierno, con el fin de mantenerlos informados de la situación actual. Con el paso del tiempo se implementaron diferentes métodos de informar, como la televisión y la radio, también se puede destacar la aparición del Internet en el siglo XXI. (Bermesolo, F 1962, p.25-30)

Las primeras "notas periodísticas" quedaron reflejadas en las actas que se entregaban al Senado o al Diurno de Roma, también afirma que el periodismo se percibía como los reportajes que se publicaban en el foro, y que la gente estaba al tanto de lo que pasaba en la ciudad o en los diferentes lugares del país. En ciclo XII y XIII, el mundo mercantil mediterráneo proporcionaba sus propias imágenes y hacia lo posible para que las personas supieran lo que pasaba a su alrededor. Las necesidades aumentaban cada día y la nueva burguesía buscaba su propio beneficio sin importar lo que sucediera con el resto de la población. (Nuño, C.1988)

Según Vásquez, L. (2013) A mediados del siglo XVI, el correo se popularizó y los almanaques comenzaron a ser utilizados con más frecuencia por las personas. Dicha mención trajo noticias diferentes temas, anécdotas, consejos, citas, cosas que las personas desconocían y cuyo impacto perduró hasta la Edad Media europea, aunque su mayor influencia se sintió en la Edad Moderna, donde la población empezó a familiarizarse con este nuevo invento de la época.

La gran cantidad de noticias e información que se entregaba a la prensa, en su respectivo momento se hacía parte de la vida cotidiana y no podía quedar fuera de los textos. La imprenta se inventó para facilitar la vida a los burócratas de diferentes clases sociales, grupos políticos y religiosos.

A los largos de los años, el periodismo se ha ido adaptando a la digitalización. Es por ello que, en la década de 1900, los medios comenzaron a adaptar sus primeras versiones en las plataformas online. Inicialmente, este consistía en la adaptación de los mismos materiales impresos, pero con el avance tecnológico se comenzaron a realizar maquetaciones de diseño web, lo que mejoró la arquitectura informativa y comenzó captar una gran cantidad de espectadores. En el mundo actual, existen innumerables publicaciones periodísticas disponibles en línea que amenazan con superar a su antecesor: los medios impresos. Sin embargo, la asombrosa cantidad de contenido en línea crea una serie de dudas en los usuarios, quienes confían en la reputación de la fuente para considerarlo confiable. (Ramos, M., 2000, p. 10-35)

La primera publicación impresa fue una Biblia en 1456, en dónde diferentes personas de la época pudieron conseguir los instrumentos necesarios para poder lograr dicho avance, fue un paso fundamental para el periodismo e iban demostrando que poco a poco se podía satisfacer las necesidades de la época. Por otro lado, sus grandes aportes de cada uno harían que toda la población pueda recibir la información para así adquirir un poco más de conocimientos con sus avances.

El periodismo se relaciona con la historia bajo diferentes aspectos y así, poder ver cómo fue evolucionando, con el simple hecho de vivir en lugares distintos y conocer cómo se llevaba un mensaje o informaban de un lugar a otro, ya es investigación y se puede descubrir muchas cosas. El autor comenta que las personas se ingeniaban para llevar los mensajes a su destino y a tiempo. Por otro lado, gracias a esos avances se podía evitar los retrasos y, en su totalidad, evitar la desinformación entre sus habitantes de la zona. (Langa, C., 2010, p. 20-35)

Con el paso de los años, se publica en Alemania 1457, llamado Nurenberg Zeitung. Después de ello transcurrieron 46 años para que en 1493 salga una nota ...pasar 46 años para que, en el año 1493, saliera una nota titulada "Descubrimiento de América", algo que en Europa saldría en una edición única. Luego, en 1541 en Sudamérica, se presentó la primera edición en un volante llamado "Hoja de éxito", donde se narró lo sucedido en el terremoto de Guatemala. En donde se pudo conocer que las historias fueron relatadas por el autor en su totalidad con la ayuda de los diferentes colegas que pusieron sus ganas para que se pueda contar con lo sucedido.

De este modo, el periodismo va ganando terreno en diferentes ámbitos y se nota el compromiso de todos los profesionales que lo conforman. El profesionalismo que se podía ver día a día por parte de los periodistas, haría que se tome consciencia a lo que pasaba a su alrededor. Las diversas fuentes y categorías (deportes, espectáculos, policiales, etc.) haría que exista una variedad en un diario. En ese tiempo, todos cumplían con todas las funciones asignadas por sus jefes de los medios. Este creciente

interés por el periodismo deportivo como objeto de investigación proviene de todos los campos, no solo del periodismo puro (análisis de contenido, género, periodismo profesional, fuentes y ética del trabajo), sino también de diversos campos como la sociología, la historia, etc. de una manera muy específica, proviene de la lingüística.

No en vano, el lenguaje del deporte ha recibido más atención por parte de los lingüistas debido a su capacidad para generar continuamente nuevas palabras, significados y expresiones y, por lo tanto, su impacto positivo en el desarrollo del lenguaje. Varios autores han llevado a cabo investigaciones innovadoras en esta área, que sentaron las bases para muchos otros trabajos posteriores. (Franklin, B., 2014, p.3-9)

El periodismo proporciona una visión amplia de la realidad. Como canal de comunicación, brinda noticias que comunican de manera inmediata lo que está sucediendo; mensajes que nos ayudan a comprender mejor las noticias después de un cierto período de tiempo; críticas que aportan opiniones profesionales, etc. El periodismo tal como lo entendemos hoy nació en Inglaterra en el siglo XVIII. Previo a esto, existían ciertas formas de comunicación social para difundir el ideal de la monarquía, que eran declaraciones de origen francés. No fue hasta 1702 que apareció el primer periódico, el Daily News. Para 1715 había una actividad editorial considerable con una gran cantidad de publicaciones en diferentes períodos. La distribución es a través de buscapersonas en la ciudad. A mediados de este siglo, hay muchos empresarios con una nueva mentalidad para reducir costos y aumentar la

capacidad de producción. Las diferentes maneras de conocer un poco cada cosa que ha ido evolucionando a través de los años y los diferentes peligros que se presentaron su momento, tocando la inconsciencia de las personas. Actualmente, el periodismo tiene un rol muy importante en la sociedad que es de informar, de manera rápida y contar con fuentes confiables. Por otro lado, el periodismo también busca entretener y promover la educación física, educación y la práctica de deportes para llevar una salud moderada en los ciudadanos. También se busca desarrollar las competiciones deportivas y físicas para los niños, adolescentes, adultos y personas de tercera. Ahora, no solo se debe esperar un periódico para saber lo que paso a su alrededor, las redes sociales se volvieron una pieza fundamental para esta rama y su constante evolución hace que las personas se mantengan informadas. Las noticias deportivas destacan como una forma de información de alto impacto social debido a la universalidad de los temas tratados y su enorme arraigo internacional. En los últimos años, con el nacimiento de nuevos medios con distinta especialización mediática, su estructura también ha cambiado. Este campo del periodismo se ha convertido en un campo innovador e hiperactivo caracterizado por una búsqueda constante de nuevas formas de contar historias a través de las nuevas tecnologías digitales. Este artículo analiza algunas de las últimas tendencias del periodismo deportivo que se espera que marquen el camino de los próximos años, como las nuevas narrativas multimedia e interactivas y los textos informativos de formato largo. Sin embargo, alguna parte de la población usa el internet para poder crear (fake news) y así alarmar a la población. Se pudo comprobar que, en un sector de la ciudadanía, prefieren no leer noticias en sus

dispositivos por el miedo de caer en una mentira y crear pánico a los demás. Por eso, se crearon algunos detectores de noticias falsas. La tecnología se volvió un arma de doble filo; tanto para la población como para los mismos periodistas. (González, N., 1950, p. 2-7)

Historia del Periodismo Deportivo

El origen del periodismo deportivo se remonta a mediados del siglo XIX, y concretamente en tres países: Inglaterra, Estados Unidos y en los países anglosajones, estos países fueron los primeros en realizar publicaciones en este campo. El diario Sportman fue fundado en 1852 y fue el primer periódico deportivo en tierras inglesas. Los únicos deportes mencionados fueron los más populares de la época: fútbol, rugby, boxeo y críquet, eran los deportes más populares en ese momento, con fanaticada en todas las ciudades. En los Estados Unidos, el periodismo deportivo se había vuelto independiente y se enfocaba en los deportes que generaban mayor impacto en la población. En 1850, el periódico comenzó a tener mayor circulación y comenzaron a distribuir los periódicos en todas las ciudades. (Montoya, S., 2017, p. 40-60)

Torrijos, L. (2014) Tras presenciar gran influencia de Inglaterra; Italia publicaría la Gazzetta dello Sport en 1896, centrándose en el boxeo, deporte que llamaría más la atención, y dedicándole una pequeña parte a las demás disciplinas deportivas. Por otro lado, Portugal, lanzaría los diarios: A Bola, O jogo, Record; mientras que, en Francia (L'Equipe). También hay periódicos deportivos en Grecia, Turquía y Rumania. En la Europa no mediterránea, la información específica sobre deportes se limitaba a

publicaciones semanales o mensuales, al igual que las notas de prensa en Kicker (Alemania) y Voetbal International (Países Bajos). Por otro lado, las publicaciones del Reino Unido se hicieron más frecuente en Four Four Two, The Green Football Journal o Blizzard. Todos los medios mencionados tendrían una participación más activa en sus países. El periodismo deportivo ha crecido significativamente en las últimas décadas en tu estructura, canales y creación de contenidos, y consigue cada vez más se vea como una tipología informativa. La mayoría de los países europeos y americanos tienen una esfera social más amplia. Este auge de la tipología de la información no es solo digital, sino también digital. Trabaja siguiendo las tendencias más punteras, creando un estilo propio basado en el color, la originalidad y lo impactante de la oferta, y ofreciendo una nueva forma de presentar la información utilizando un lenguaje visualmente atractivo que apela a todas las mentalidades. La oración es general y fácil de entender. Las noticias deportivas destacan como una forma de información de alto impacto social debido a la universalidad de los temas tratados y su enorme arraigo internacional. Este campo rico en información está experimentando una expansión temporal. Junto al nacimiento de nuevos medios profesionales en los últimos años con diferentes soportes, y la consiguiente transformación estructural. Este campo del periodismo se ha convertido en un extraordinario campo de innovación que se vio caracterizado por la constante exploración de nuevas formas de contar historias. Aprovecha las nuevas tecnologías digitales. Este artículo cubre algunos de los más recientes y tendencias en las noticias deportivas. Las noticias deportivas no son ajenas al complejo proceso de cambio y

reestructuración que se está produciendo actualmente en toda la industria del deporte. Los medios deben adaptarse a los desarrollos continuos del mercado para seguir siendo competitivos. El cambio forzoso a lo digital crea una nueva combinación de herramientas técnicas adecuadas a las tareas periodísticas, por lo que la transición a una nueva imagen profesional requiere habilidades adicionales más allá de simplemente contar las noticias. Otras tareas como la programación, el fotoperiodismo, la edición de vídeo o la infografía. (pág. 4-8)

Barbosa, S. (2012) España hizo lo propio en 1908 y publicó la primera edición de Mundo Deportivo. Los periódicos de Italia y Inglaterra, tardarían 14 años para dejar de informar sobre el boxeo y centrarse en promover más el fútbol. Con el pasar de los años, se convirtió en un fenómeno mundial. Un claro ejemplo se situó en Madrid, muchos periódicos deportivos, en donde empezaría a destacar los diarios Marca y AS, en lo que centraron netamente en el periodismo deportivo. Para demostrar aún más este fenómeno que tuvo gran impacto en la sociedad. No cabe duda de que la actualidad deportiva emociona y contagia la emoción de la competición entre los espectadores. Es un excelente animador de concentración popular entre los competidores. Las emociones equilibran la tristeza de la derrota con la alegría explosiva de la victoria. Se puede afirmar que ningún otro país produce tanto material deportivo como España, con más de 800 páginas de información impresa diaria entre secciones de prensa especializada por un gran grupo de trabajo y periódicos generalistas. Se actualiza el periodismo deportivo de acuerdo a las realidades del siglo

XXI, como se define el periodismo, por lo que se revisa el concepto de periodismo, periodismo profesional y se resume como noticias deportivas.

En el libro "Periodismo deportivo de calidad", Rojas (2011) sostiene que América Latina, necesita brindar a los ciudadanos contenidos exclusivamente deportivos que se entendieron a otros países, a pesar de que, en más de una oportunidad, la cobertura que brindan los medios generalistas de competiciones, sobre todo, de fútbol, es muy general y no muy clara. Algo que los diferenciaba con los medios especializados en el deporte. Argentina es un claro ejemplo de ello, donde, a pesar de su reconocida cultura futbolística, solo existe un diario especializado. Olé, fundado en 1996. (p.119)

Sandoval, L. (2020) en el texto de la Historia del periodismo deportivo: de los orígenes a la actualidad. Con el tiempo, el fútbol pasó al mundo de la radio, la prensa deportiva empezó a ganar más protagonismo y se convirtió en la nueva forma de informar a los ciudadanos. También, se comentaba sobre los próximos encuentros o resultados de los equipos de la región. Ahora es mucho más fácil estar sincronizados con las diferentes disciplinas sin tener que cambiar de canal. La radio empezó a captar más la atención de la gente por un simple motivo: la mayoría de sus oyentes estaban alejado de la televisión. Por otro lado, también se volvió un salvavidas para las personas que no contaban con una TV en casa. El periodismo deportivo es una de las muchas ramas del periodismo y su gran impacto que ha tenido a través de los tiempos, no solo a nivel nacional, sino también internacional. Este impacto informativo supo adaptarse a los distintos medios de comunicación, sufriendo una notable

transformación en su estructura. Los periodistas no solo se informaban de fútbol, sino también sobre otras disciplinas deportivas para poder brindar un producto de calidad a los consumidores. Este campo del periodismo se ha convertido en un terreno para la innovación y actualización. Algo que los obliga a estar en constante cambio. Se caracteriza por su enfoque a la hora de contar la historia. Los nuevos avances de la tecnología permiten que se pueda contar los sucesos de una forma más innovadora. Algo que suele ser más atractivo para los oyentes y puedan afrontar una nueva manera de recibir la noticia. Como es el caso con todas las formas de hacer periodismo, el objetivo principal de los diarios y radio es informar siempre con la verdad. Sin embargo, este objetivo es a veces cuestionable, debido a que proporciona información especulativa en algunos casos. Esto genera expectativas falsas, más que concretas, creando alarma en la población. La gestión de periódicos especializados en deportes aún no se ha establecido firmemente dentro del ámbito local, y eso que se puede encontrar a través de secciones especializadas en los periódicos generales, que se enfocaban en informar sobre los deportes internacionales, nacionales y, en varias ocasiones, también locales. (p. 45-70)

Torrijos, L. (2014) La llegada del Internet ha transformado la forma en que se produce las noticias y está cambiando la cara de las salas de redacción. Dicha herramienta se ha convertido en el aliado perfecto para los periodistas deportivos, ya que con el tiempo es más probable que las noticias lleguen más rápido a su destino. El periodismo digital es la gran innovación de los últimos tiempos. En el nuevo panorama de la era

digital, el periodismo ha encontrado en el entorno el 2.0, en los blogs y sobre todo en las redes sociales, uno de los principales y más eficaces medio de comunicación para informar sobre un suceso. Las redes sociales como Facebook y Twitter, se convierten cada vez más en la plataforma preferida de los periodistas para brindar servicio de noticias previas a su lanzamiento en la TV y, en consecuencia, se están convirtiendo en una de las principales fuentes de información para los demás medios de comunicación. La población ya está anticipando las noticias que luego se desarrollan y amplían en sitios web, cabinas de radio, canales de televisión y páginas de periódicos. Con el pasar de los años, la red permite, también, que el periodista pueda tener datos extras o contactarse con otros periodistas de diferentes países. El trabajo se volvió "menos pesado" y exige que se presente un producto de calidad, por lo que, llevaba a una constante capacitación para poder estar informados en todo momento. Mediante avanzaba la tecnología, los periodistas tenían la obligación de ir a la par con dichos programas u métodos de datos. Por otro lado, las grandes empresas contrataban diferentes softwares para poder ayudar a los comunicadores con algunos datos pasados y de diferentes años. Todo con tal de dar un trabajo de calidad y así, ganar más audiencia o prestigio para ambas partes. En las últimas décadas, el periodismo deportivo ha experimentado un importante desarrollo en su estructura, canales y producción de contenidos, y ha recibido una atención creciente hasta convertirse en la noticia de mayor impacto social en la mayoría de los países. y americanos. Este auge de la tipología de la información no es solo digital, sino también digital. Esto se hace marcando el camino, creando un estilo propio basado en el color, la originalidad

y la espectacularidad de las ofertas, y ofreciendo una nueva forma de presentación. Comunicar información utilizando un lenguaje visualmente atractivo y común. Todas las formas de pensar son aceptables. (pág. 10-20)

Alcoba, R. (2005) Este auge del periodismo profesional se basa en gran medida en el hecho de que estos profesionales de los medios "reportan un género específico, un espíritu deportivo y una filosofía como producto del fenómeno cultural más deseado y practicado desde principios del siglo XX. Esto significa que el periodismo deportivo es ahora un campo cada vez más importante y está ganando cada vez más reconocimiento en el mundo de los medios (los periodistas deportivos ya no se consideran outsiders) y de los campos cultural y académico, a diferencia del pasado. De esta manera, logra encontrar el contraste de ser a la vez la tipología de periodismo más exitosa en la sociedad y un campo periodístico estigmatizado asociado a algún campo menos prestigioso. En este sentido, el periodismo ha sido históricamente creativo y la integración de grandes eventos deportivos internacionales, ya que ha sido y es una agencia involucrada en su desarrollo, es esa parte del negocio. Y es que, más allá de esta doble dimensión de universalidad e internacionalidad, la actualidad deportiva se ha convertido en el producto informativo socialmente más influyente, buscado y consumido en muchos países europeos en la actualidad. América del Sur y América Latina, en medios tradicionales, medios de difusión y la televisión, como en los nuevos medios digitales. Los informativos deportivos especializados deben competir con los periódicos de información general, la radio y la televisión, sabiendo

que se enfrentan a las limitaciones de otros medios como negocio. La información general sobre las noticias cubre todos los temas, incluidos los deportes, y gracias a esta característica, tiene una gran ventaja: el interés del cliente significa más ventas y más atractivo publicitario. (pág. 10-14)

Marrones, J. (2009) Al igual que los medios en general, el contenido es muy similar, pero la principal diferencia no está en las posiciones ideológicas, sino más bien en el enfoque en equipos o eventos deportivos específicos, después de todo. Los periódicos son generados y consumidos por lectores que parecen buscar lealtad al periódico a lo largo del tiempo. Hay que buscar otra perspectiva sobre el periodismo deportivo y hay que tener claro que siempre ha estado muy relacionado con el periodismo escrito y esto hay que entenderlo para entender el desarrollo y estado actual del periodismo deportivo. Se puede concluir que la actualidad deportiva es un medio especializado -impreso o digital-, independientemente de su ciclo, se dirige a un público más amplio, identificado como los mayores seguidores de equipos o equipos individuales.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Nacional

Iparraquirre, A. (2018) *Información Deportiva y Comportamiento de los estudiantes de quinto de secundaria de los colegios de Bellavista-Callao 2018*. Tesis para optar el Título de Licenciado en Periodismo. Universidad César Vallejo. El objetivo del presente trabajo fue determinar la relación entre la información deportiva y comportamiento de los estudiantes de quinto año de secundaria de los colegios de

Bellavista – Callao, 2018. También, buscaban poder determinar la relación entre la veracidad de la información y el comportamiento de los estudiantes. Por otro lado, busca establecer la relación entre la información sensacionalista y el comportamiento de los estudiantes del quinto año de secundaria de los diversos colegios de Bellavista – Callao. El principal problema fue saber la relación entre la veracidad del problema información deportiva y el comportamiento de los estudiantes de quinto de secundaria de los colegios de Bellavista – Callao, 2018; el diseño metodológico se basó en una investigación cuantitativa. La muestra del trabajo estuvo basada en 336 estudiantes. El cuestionario estuvo conformado por 18 preguntas en una escala de medición tipo Likert, luego de lo cual los resultados fueron procesados, analizados mediante el programa SPSS. Además, el nivel de confiabilidad de las preguntas formuladas se midió mediante el Alfa de Cronbach, y el nivel de correlación entre cada variable se pudo medir la prueba de correlación. Los resultados obtenidos, aceptaron la hipótesis de investigación y rechazaron las hipótesis nulas en donde indicaron que la información deportiva se relaciona con el comportamiento de los estudiantes de quinto año de secundaria de los colegios de Bellavista – Callao, 2018. La discusión fue poder determinar el objetivo general entre la información deportiva y comportamiento de los alumnos de quinto de secundaria de los colegios de Bellavista – Callao, 2018. Mediante los resultados estadísticos se demostró que existe un nivel significativo inferior a 0,05, es decir, “0,0000 <0,05”, por lo que el estudio es una distribución normal. Con los resultados obtenidos, se puede suponer que rechazan la hipótesis nula mostrando que la información deportiva es correlacionó con el

comportamiento de los estudiantes. También la correlación es de 0.66% que indica una relación positiva. En conclusión, se encontró que existe una relación entre la información deportiva y el comportamiento de los estudiantes del quinto de secundaria de los colegios de Bellavista – Callao, 2018; debido a que, existe una relación entre las dos variables, una correlación significativa positiva. Se expresa claramente que existe una correlación significativa entre la veracidad de información y el comportamiento de los estudiantes de los estudiantes del quinto año de secundaria de los colegios de Bellavistas – Callao, 2018. Por otro lado, buscan establecer una relación significativa entre la información orientada a los sentidos y el comportamiento de los estudiantes del quinto año de secundaria de los colegios de Bellavistas – Callao, 2018; debido a una correlación positiva significativa entre las dos variables.

Se recomienda a la muestra seleccionada en la investigación en los colegios de Bellavistas – Callao, 2018; centrarse en el procesamiento de la información deportiva que domina directa o indirectamente sus patrones de comportamiento. Este resultado puede deberse a las características que pueden ser similares a los diferentes contextos; además de analizar y contextualizar el fenómeno de sus partes existentes. El nivel de influencia es significativo, por lo que este fenómeno es muy preocupante, y se debe prestar atención a otro contexto para que no se prolongue más.

Pahuacho, AR. (2017) *Aproximación de los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión*. Licenciado en Periodismo.

Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). El principal objetivo y sub objetivos del trabajo es poder evaluar el juego los medios deportivos en la construcción social del Perú. Específicamente en el caso del papel en la escritura a lo largo de la historia. Los medios tradicionales como (prensa escrita, radio y televisión) son un factor importante para poder comunicar sobre las diferentes disciplinas. En donde queda claro que, se muestra una gran tendencia por informar sobre el balompié peruano, dejando de lado los diferentes deportes. Las diversas investigaciones reflejas que también se centraron en el ámbito visual, tecnológico y las audiencias; el diseño metodológico se basó las investigaciones bibliográficas mediante el análisis de varios elementos que permitirán preservar los principales argumentos de la investigación. La muestra de dicho trabajo se basó en 200 personas. El formulario fue de 20 preguntas en una escala de medición Likert, de lo cual los resultados fueron procesados y analizados por el programa SPSS. Por otro lado, el nivel de confiabilidad de las preguntas se midió con el Alfa de Cronbach, y el nivel de correlación entre las variables se puede medir mediante una prueba de correlación. Los resultados que se pudieron conseguir, aceptando las diversas respuestas de investigación y aceptaron las escrituras de los autores sobre los estudios del fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. La discusión fue determinar el objetivo principal entre el estudio del fútbol peruano y su comunicación en prensa escrita, radio y televisión. Mediante los diversos resultados se pudo demostrar que existe un nivel inferior al 0,08 es decir, "0,0000 <0,08", por lo que el estudio es una repartición normal. Con determinar el objetivo general entre los estudios del fútbol peruano y

comunicación: prensa escrita, radio y televisión. Con los resultados obtenidos, se puede suponer que la hipótesis aceptada mostrando que la aproximación de los estudios acepta la hipótesis mostrando los estudios del fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. En conclusión, se pudo comprobar que existe una relación entre los estudios del fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión; debido a que, existe una relación entre sus fuentes, una correlación significativa positiva.

Se recomienda a la muestra seleccionada en la investigación en la aproximación de los estudios del fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. La experiencia futbolística es inevitablemente difundida por los medios deportivos y comprende cómo crean significados para el fútbol y la identidad pública es crucial para la participación en el deporte. Pero como el fenómeno, las noticias deportivas siempre están cambiando, transformando constantemente el fútbol de acuerdo con las condiciones y valores sociales. Por ello, hemos percibido que aún existen grandes vacíos y problemas no resultados en el ámbito académico peruano que requieren ser exploradores más a fondo para enriquecer este campo interdisciplinario de investigación.

Morales, LM. (2017) *Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas*. (Tesis elaborada para optar el título profesional de Periodismo). Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). El objetivo principal de dicha investigación es poder

demostrar la relación que existe entre la formación académica hacia los periodistas que laboran en los principales diarios del país (Depor, Libero y DT Comercio). Lo que se busca resaltar es la cantidad de notas se pueden escribir durante el día. Por otro lado, los artículos de investigación, en su mayoría, son relevantes para los lectores, en este caso, el fútbol es lo que mayor se escribe y se informa en los periódicos y portales web, es capaz de comprender la realidad y transmitirlo a su público objetivo con palabras claras y sencillas para un mejor entendimiento. En otras palabras, la información que se busca dar puede afectar su vida cotidiana o pensamiento sobre un determinado tema; el diseño metodológico incluye sílabos de los cinco diferentes centros de formación que más periodistas deportivos forman y mantienen redacciones deportivas: Universidad San Martín, Universidad Jaime Bausate y Meza, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Universidad San Ignacio de Loyola. Comparar las horas teóricas impartidas por cada institución en un periodo de tiempo con el lenguaje utilizado por sus estudiantes y/o egresados en sus notas del (12 al 18 de noviembre de 2015), busques conexiones que respalden las diversas hipótesis: Más lenguajes y conceptos teóricas, más formaciones teóricas, más idiomas educativos técnicas, menos teóricas. La conclusión es que en realidad hay una correlación directa: La gran cantidad de periodistas no pueden escribir articulas relevantes sin formación teóricas. Los resultados obtenidos, se pueden llegar existe una clara correlación entre las horas teóricas que marca un centro de investigación y el número de periodistas que utilizan el lenguaje de la teoría para escribir, explicar deportes y conectarlos con el mundo.

Adicionalmente, buscan captar la atención con datos, por otro lado, se quiere mostrar la realidad de los deportistas, quienes son las personas encargadas de representar al Perú en un torneo nacional e internacional. Son pocos los diarios y medios televisivos que muestran su interés por los deportistas o deportes. El poco conocimiento que muestran sobre las disciplinas, hace que las personas no tengan muchos conocimientos sobre los atletas nacionales y sus próximas competiciones. El poco material que consiguen para publicarlo en sus redes sociales, son mayormente de otros continentes y de países que si se interesan sobre esos deportes. Es muy raro que los periodistas deportivos conversen con los deportistas de otras áreas que no sean el fútbol, y las veces que lo hacen, es porque consiguieron una medalla o quedaron en un puesto considerable en la competición. La discusión fue poder seguir con el objetivo general entre las diversas formaciones que recibe los periodistas en los diferentes centros de estudios. Mediante los resultados se pudo obtener diferentes opiniones. Con los resultados obtenidos, se puede aceptar que cada periodista tiene su diferente manera de comunicar una noticia y una diferente formación por parte de las universidades mencionadas. En conclusión, existe una clara correlación directa entre el tiempo teórico que dedica un periodista a la formación académica y la calidad de sus artículos. La opinión pública encontró en parte este vacío en la actualidad deportiva peruana. Sus autores admiten que las explicaciones pueden encontrarse no sólo en el público objetivo del diario o en el estilo periodístico, sino quizás principalmente en la formación académica de los periodistas. Los textos analizados

confirmaron que la conexión entre la investigación recibida y los artículos producidos fue aparentemente directa.

Castañeda, G. (2017) *La influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo*. (Tesis para optar el título profesional de Periodismo).

Universidad Jaime Bausate y Meza. El objetivo del presente trabajo fue poder determinar el nivel de influencia de las redes sociales en el desarrollo de los alumnos. También, busca ver hasta que cierto punto el uso de las redes sociales (Facebook) influyo en la interacción con las amistades de los estudiantes. Por otro lado, el uso del Twitter influyo en el intercambio de ideas entre los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Por último, las influencias de las personas en las redes sociales causan efecto en la formación de los futuros periodistas deportivos de la Universidad Jaime Bausate y Meza; el diseño metodológico se basó en una investigación descriptiva, su diseño es transversal, contando con un grupo de estudiantes del décimo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, como muestra aproximada de 100 alumnos del turno noche, quienes respondieron una encuesta con 20 items, bajo la escala politómica. Los resultados que arrojaron las estadísticas cuentan con una relación estadística positiva según Rho Spearman = ($,368$) lo cual muestra una correlación mínima entre ambas variables: uso de las redes sociales y credibilidad de las publicaciones. Según el nivel de significación, $p= 0,000$, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Posteriormente, existe una influencia de la opinión deportiva por parte de los alumnos del 10° ciclo de la Universidad Jaime

Bausate y Meza. En conclusión, el objetivo general del estudio, arroja diversos resultados. Se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Los líderes de opinión de la Universidad Jaime Bausate y Meza y los estudiantes del décimo ciclo (2019), influyen en las opiniones sobre los deportes porque la teoría citada sostiene que la influencia del deporte incide en la formación de los alumnos. En cuanto al primer propósito específico del estudio, se han extraído diversas conclusiones. Existe una correlación negativa entre popularidad y reputación, permitiendo que afecte el criterio de los estudiantes del décimo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, pues la teoría sugiere que la reputación de los líderes de opinión incide en la formación de los estudiantes del décimo ciclo. En proyectos ambiciosos como la presente investigación, existe el deseo de mejorar continuamente; por lo tanto, se recomienda a los posibles estudiantes interesados en el proyecto que utilicen las redes sociales para agregar y confiar en las noticias deportivas.

Bastidas, J. (2019) *Lenguaje deportivo y la relación con la información futbolística en los programas televisivos de la luz deporte: 2018*. (Tesis para optar el título de licenciado en Periodismo). Universidad Peruana de las Américas. El objetivo de dicho trabajo es poder determinar la relación entre el lenguaje deportivo y la información futbolística en los programas televisivos de la luz deporte en el año 2018. También, se busca la relación entre los mensajes televisivos y la información futbolística en los programas televisivos de la luz deporte en el año 2018; el diseño metodológico se basó en una encuesta para poder medir las variables. La muestra del trabajo fueron

200 personas basadas en el principal objeto de investigación. El formulario fue de manera personal, llamada o correo, en una escala de medición Likert, en lo que se basaron en: Nunca (1), A veces (2) y Siempre (3). Los resultados fueron procesados y analizados por el programa SPSS. Por otro lado, el nivel de confiabilidad de las preguntas se midió con el Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos permitieron determinar el proceso económico del fútbol en los canales de televisión y cómo los espectadores se identifican con los diferentes puntos de vistas expresados en cada uno de estos programas televisivos. En conclusión, las variables de lenguaje deportivo e información futbolística están directamente relacionadas, según el coeficiente de correlación de Spearman de 0,695, indicando que el resultado es moderado, con una significancia estadística de $p=0,001$, inferior a 0,01. Por lo tanto, acepta la hipótesis principal y rechace la hipótesis nula. Por otro lado, la información televisiva está directamente relacionada con la variable información futbolística por el coeficiente de correlación de Spearman de 0,717, lo que indica que el resultado es moderado, y la significación estadística de $p=0,001$ es inferior a 0,01. Por lo tanto, la hipótesis específica 1 y rechazar la hipótesis nula. Y, por último, las notas deportivas se correlacionaron significativamente con la variable información de fútbol con una correlación de 0,668 según Spearman, lo que indica que el resultado fue moderado, con una $p = 0,001$ para una significación estadística menor a 0,01, por lo que se acepta la hipótesis específica 2, pero la nula se rechaza la hipótesis.

Algunas recomendaciones que se pudo rescatar del dicho trabajo es que no hay necesidad de gastar mucho dinero en canales, lo más importante aquí es usar tu creatividad y sentido de la posibilidad, porque podemos influir y comunicar lo que queremos con un presupuesto bajo. Por su parte, los gestores de canales deportivos que gestionan una comunicación correctamente estructurada, como la publicidad en medios donde tienen acercamiento estratégico. Es cierto que algunos agentes de cambio no implementan los procesos de comunicación estratégica adecuados, pero es normal que las estrategias de marketing social acompañen al seguimiento publicitario. Este agente de cambio debe adoptar un enfoque de objetivos de marketing como elemento esencial para enfocarse en la campaña de fútbol en cuestión. Y para poder concluir, hay que destacar la función informativa, pero lo más importante es la función educativa de la información futbolística, porque a través de ella se da información a las personas como un aporte educativo a las personas que siguen los canales deportivos.

2.2.2 Internacional

Chevenet, A. (2017). *El periodismo deportivo y las TICS: el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística*. (Tesis para optar el título profesional de Periodismo) Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de la Plata – Argentina. El objetivo es poder describir y analizar la construcción de noticias deportivas, centrándose en el papel de las imágenes en el procesamiento de la información. La elección de los temas está relacionada con las nuevas tecnologías

que están cambiando la forma en que nos comunicamos y accedemos a la información y juegan un papel importante en los eventos deportivos. Por tanto, es necesario investigar si el significado construido a partir de las imágenes es un factor significativo en la composición de las noticias; el diseño metodológico se basó en una investigación cuantitativa. Al igual que en los proyectos antes mencionados, también se recomienda utilizar el método de investigación, es decir, el paradigma de investigación cualitativa, con un amplio contacto y antecedentes culturales, ya que se juzga como el más adecuado y apropiado para el tema de investigación. Por tanto, se basa en una perspectiva interpretativa, un proceso de búsqueda e investigación en el que el investigador transita por la interpretación, utilizando herramientas y técnicas que le permiten participar del objeto para interpretarlo plena y completamente. Los resultados obtenidos, aceptaron la hipótesis de investigación y rechazaron las hipótesis nulas en donde indicaron que el periodismo deportivo y las TICS: el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística. La conclusión, construcción, selección y jerarquización de las noticias es un proceso de búsqueda de sentido; formado de una manera elegida; mirando los deportes que priorizaron más, cuáles no priorizaron, qué jugadores aparecieron más en la escena de la imagen y de qué manera. Dicho esto, con esta inmediatez y convergencia mediática en la comunicación y el deporte, hay algunos cambios e hitos que vale la pena evaluar y reflexionar para encontrar un análisis más acertado. Y sea específico sobre cómo se estructuran las noticias deportivas en estos días.

Sánchez, J; Rojas, T; Herranz, JM. (2015) *Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España*. (Tesis para optar el título profesional de Periodismo). Universidad de La Laguna, Canarias – España. El objetivo, es poder estudiar la situación de los proyectos empresariales informativos en el ámbito del deporte en España. En junio de 2014, el simposio “Periodismo de empresa, una nueva esperanza” organizado por la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha reunió y debatió los intereses de dos investigadores, y nació este estudio. Por otro lado, la industria del deporte es una de las áreas más activas en las que se aplican los principios antes mencionados del periodismo deportivo. Es una industria con un profundo arraigo social y una constante demanda de contenidos, principalmente de fútbol profesional masculino, que atrae a un gran número de estudiantes de periodismo. Además, es un entorno que promueve la innovación y la creación de proyectos diferenciados. La necesidad de encontrar respuestas alternativas a las dos grandes imágenes periodísticas y televisivas llevó a la creación de productos adicionales basados en la segmentación demográfica, geográfica o profesional; el diseño metodológico se basa en datos publicados en un informe de la profesión periodística, en su edición de 2013 y trabajos anteriores publicados en relación con negocio periodístico (Manfredi y Artero, Casero). En concreto, muestran una tendencia alcista en la industria del periodismo y necesita ser analizada. Esto incluye un análisis El periodismo ha sido marcado por el comienzo de la crisis desde 2008 y las cuentas rechazadas resultados de periódicos españoles. Análisis de cómo la crisis económica se asocia con los otros tres y las consecuencias han creado. Identificar

programas relevantes para el campo profesional del periodismo deportivo. Constituyen alrededor del 10%, por lo que es necesario filtrar, tabular y comparar. Los resultados obtenidos, muestran la actualidad deportiva es en la actualidad el tipo de información con mayor número de diarios profesionales en España (una decena de diarios, entre ellos deportivos nacionales y autonómicos) y se ha convertido en una sección estratégica de los medios generalistas a la que dedican más espacio. Es un área compleja del periodismo y la especialización proviene de modelos (principalmente fútbol, que suele acaparar cerca del 70% de la redacción diaria) e incluso más allá de los deportes que se pueden encontrar en el equipo (Real Madrid, Barcelona, Sevilla, Real Betis, Valencia, Atlético de Madrid, etc. También, las otras ligas internacionales, fútbol regional) que tiene en cuenta el alcance del propio medio y por tanto la sociedad a la que pertenece y el tipo de audiencia. La conclusión, tras poder analizar el panorama español, se puede observar una profunda transformación del sistema informativo. Una cadena de cuatro grandes crisis ha acelerado el fin del modelo industrial, permitiendo la creación y gestión de nuevos medios y empresas informativas orientadas a Internet. Son las empresas fundadas por periodistas las que han iniciado una nueva etapa en el modelo de servicio de noticias. Todavía estamos en la fase inicial: las iniciativas y los proyectos se multiplican. Durante este ciclo de expansión se ensayan modelos de negocio, relaciones con anunciantes y lectores, nuevas formas de escribir contenidos y narrativas. Además, se fortalece la relación entre la marca personal del periodista y la empresa: los canales privados y las redes sociales se convierten en hablantes del propio contenido.

Sandra, M. (2019). *El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo*. (Tesis para optar el doctorado en Periodismo) Universidad de Zulia, Venezuela. Repositorio Académico. El objetivo, es poder hacer un diagnóstico de las necesidades de formación técnica de los estudiantes de periodismo deportivo. Dadas las deficiencias y los beneficios de la capacitación, vemos que los cambios inevitables en el grado y la absorción de habilidades técnicas en el desarrollo profesional. Informes educativos sobre el uso regular de la tecnología, atrae la idea de los reporteros deportivos y se ha formado el trabajo profesional de la figura está claramente definido; el diseño metodológico es el análisis de contenido cuantitativo e investigación cualitativa sobre los resultados de una encuesta presencial de 20 preguntas, en la que participó el 89% de una muestra representativa de 73 alumnos. El 56,92% de los encuestados fueron mujeres y el 43,07% hombres. El cuestionario se divide en dos partes, por un lado, sus preguntas tratan de definir cómo perciben los estudiantes el uso de la tecnología en sus proyecciones como reporteros deportivos. Por otro lado, qué tan bien se aplica la tecnología en su proceso de formación. Los resultados obtenidos, permite notar la clara inclinación de un potencial periodista deportivo a utilizar la tecnología en el desarrollo posterior de su profesión, lo que se ve especialmente respaldado por el gran consumo de contenido deportivo en varios medios, un claro seguimiento de los deportes y deportistas en las redes sociales, especialmente Twitter, y el uso de una amplia gama de herramientas y aplicaciones tecnológicas (ordenadores, redes sociales y smartphones) en la práctica laboral en medios deportivos. Aunque encontramos una baja prioridad para el trabajo en medios

deportivos digitales, se evidencia una comprensión de la adaptación a las condiciones reales del mercado con una alta receptividad a la integración. Se hace especial hincapié en estos recursos, ya que el 78% califica de positivo o muy positivo el uso de la tecnología en la asignatura, más del 90% de los alumnos encuestados cree que a mayor uso de la tecnología mayor productividad, y casi el 74% lo apoya. su uso el motivo tecnológico y la plataforma son prácticos. La conclusión, el principal desafío de la educación tiene más que ver con el aprendizaje de nuevas habilidades que con la cantidad de recursos disponibles. Todo esto sugiere que la formación técnica en esta disciplina no es tan limitada como cabría esperar, y más bien un derroche de recursos a favor del uso selectivo de unos pocos.

Mireya, R; Sánchez, A; Espinoza, A. (2009) *El periodismo deportivo en el norte de México: cultura de producción, prácticas de reporte y percepciones profesionales* (Tesis para obtener el título de Periodismo) Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México – México. El objetivo, busca comprender los aspectos clave de la producción de noticias, como fuentes de información y autores de contenido, para determinar la cantidad de historias producidas por periodistas que trabajan para organizaciones de medios y de departamentos de organización de noticias u otros medios de comunicación. El propósito de esta actividad es comprender la importancia de los editores y directores de medios en la creación de contenido original, más que la relevancia del contenido producido por las organizaciones de noticias. Por otro lado, nos permite conocer las fuentes utilizadas en las descripciones

de la información deportiva, para descubrir cuáles aparecen con más frecuencia; por ejemplo, si se priorizan las fuentes oficiales, se desprioriza la investigación misma, lo que inhibe la posibilidad del periodismo de investigación o del sexo vigilado; el diseño metodológico es de circunstancia mixta aplicados comenzaron con entrevistas en profundidad a 17 periodistas deportivos de los diarios mencionados, a quienes se les preguntó sobre políticas editoriales, procedimientos de producción, condiciones de trabajo y percepciones profesionales, seguido de un análisis de contenido de una semana de cobertura de noticias de la industria del deporte. Se evaluaron específicamente cuatro variables principales: artículos de autoría, artículos institucionales, número de citas y fuentes en artículos de auto autoría y movimiento como foco de información. Los resultados obtenidos, fue a base de la información necesaria para llevar a cabo estas instrucciones se recopiló a través de comunicados de prensa y reporteros de los medios de comunicación en persona. La conclusión, es que el periodismo deportivo es una práctica profesional desarrollada en una cultura periodística compleja que enfrenta desafíos que dificultan aspectos positivos como el periodismo de investigación, la creación de contenidos propios y el reportaje de hechos personales. Los periodistas y los sistemas en los que trabajan adolecen de desventajas que limitan la práctica profesional tanto a nivel individual como organizacional, como la falta de recursos humanos y financieros. En el aspecto monetario de las salas de redacción, la falta de iniciativa y la presión del tiempo, combinado con la falta de planificación, resultó en una difusión esporádica de información con poco o ningún trabajo.

Pérez, I. (2009) *El negocio del Periodismo deportivo*. (Tesis para optar el doctorado en Periodismo) Universidad de los Hemisferios, Quito – Ecuador. El objetivo, es proporcionar información sobre el periodismo deportivo y su difusión en los medios. Se centran en el hecho que el deporte genera ingresos económicos tanto para quienes lo practican como para los que siguen la carrera. En este caso, se busca darle el mismo trato a todas las disciplinas deportivas, sin dar mayor fanatismo a una en particular. Por eso, los medios tradiciones y su público objetivo se mantienen al tanto sobre la participación de sus equipos favoritos y competidores que representan a su país; el diseño metodológico haciendo referencia a la sensacional práctica del periodismo deportivo latinoamericano en los últimos años, se utilizan métodos cualitativos para enfocarse en la comprensión de los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su entorno natural y en relación con su contexto. A diferencia de los métodos cuantitativos, que recomiendan buscar datos precisos y delimitados, centrándose en variables y apoyándose en revisiones bibliográficas, los métodos cualitativos centran su análisis en una búsqueda amplia de datos, de base abierta basada en la literatura. Pero también tiene en cuenta la experiencia y la intuición. Los resultados obtenidos, y análisis a la luz parámetros dados. Para dirigir el trabajo, tres categorías de análisis relacionadas con el tema de investigación: la primera relacionada con el sensacionalismo y se dividió en calidad de la información, desempeño de los futbolistas como héroes y figuras en hechos bélicos; el segundo estaba relacionado con producción de noticias: uso de imágenes, titulares llamativos y violencia como argumentos; la última categoría, entretenimiento, incluye

subcategorías opciones de información y entretenimiento en los programas deportivos. La conclusión, en respuesta al objetivo general, se revisaron 42 estudios de diferentes autores de la región. Aquí puede ver que la mayoría de los países los trabajos encontrados relacionados con este tema fueron: España con 21 estudios (50%), Perú con 12 estudios (29%), Ecuador con cinco estudios (12%), Argentina con un estudio (3%), Chile hay un estudio (3%) y uno en Colombia (3%). Por otro lado, en una próxima encuesta de periodismo deportivo que profundice en la sensacional cobertura de Ecuador. Si bien es cierto que hay mucha investigación sobre la producción de diarios deportivos, no se ha encontrado análisis programático. Televisión, radio, medios digitales y programas a través de plataformas de streaming. Además, se recomienda a los escritores de países latinoamericanos explorar el fenómeno del infoentretenimiento en las noticias deportivas de la región. Se han encontrado varios estudios para analizar los procedimientos de corte en los canales de televisión, por eso es tan importante ver este aspecto en varios programas de debate de las principales cadenas internacionales.

Coronel, J. (2020) *Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en medios de comunicación en Cuenca*. (Tesis para optar el Título Profesional de Periodismo) Facultad de Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación en la Universidad de Cuenca – España. El objetivo principal es poder practicar la profesión con el análisis del periodismo deportivo en los medios de Cuenca. Explora todo lo relacionado con sus orígenes en la comunicación urbana, su evolución y crea una

radiografía general de cómo es la industria de las noticias en la actualidad; el diseño metodológico es cuantitativo, además de ampliar algunos de los conceptos publicados por investigadores, periodistas y docentes, técnicas de recogida de datos mediante entrevistas y testimonios de periodistas deportivos profesionales. El material obtenido en el trabajo de campo se complementa con una revisión bibliográfica obtenida consultando a varios autores que han escrito libros y artículos de actualidad deportiva. El resultado refleja el interés de la mayoría periodística por el desarrollo de la profesión es claro, aunque todavía no se han eliminado algunas carencias de los inicios de esta industria. La combinación de todas las habilidades anteriores nos convierte en un periodista bien formado y, como veremos más adelante, la ética también es muy importante y debe ser tenida siempre en cuenta por los comunicadores deportivos. Informar claramente de una forma u otra sin ocultar nada, para satisfacer a la audiencia que le gusta a tu programa en el ámbito de la comunicación, siempre debes tener en cuenta la ética. En conclusión, a lo largo de los años, la industria ha logrado un amplio reconocimiento y un crecimiento significativo; Los deportes generalmente tienen menos periodistas, mientras que el sector de las noticias tiene un gran número en estos días. Los profesionales que realizan esta labor pueden ver en ellos un importante interés, en primer lugar, por parte de jóvenes que todavía están estudiando en la universidad y cuyo objetivo es adentrarse en el ámbito deportivo. Los periodistas deportivos, en cambio, no se diferencian tanto de los periodistas que se enfocan en otros aspectos informativos, pues la formación profesional debe ser la misma, con el rigor, la ética y los conocimientos que son indispensables en las aulas universitarias,

pues en estas dentro de la sala se dan las bases que luego permiten realizar el correcto trabajo. Un punto a resaltar es que siempre dispuesto a dedicarse al periodismo no solo en el deporte, sino también en la comunicación en general. Como hemos observado, hay periodistas que trabajan sin título, y siempre es importante que estén preparados o capacitados en comunicación y no se queden en la simple técnica de simplemente tomar el micrófono y hablar, sin dejar de ser constantes. preparación y renovación de conocimientos. Dar más espacio a la difusión de otros deportes, no centrarse solo en el fútbol, aunque sea el más vendido, no puede prosperar en otros sectores de práctica deportiva, suele investigar, entrevistar y comentar otras situaciones que se presentan. En los eventos deportivos nacionales e internacionales, la pregunta de qué va más allá.

Chaves, C. (2016) *Periodismo Deportivo: La construcción de la Realidad sobre el Deporte*. (Licenciado en Ciencias de la Comunicación). Universidad Santo Tomás – Colombia. El objetivo de dicho trabajo es mejorar el mensaje que se transmite a la audiencia. El tema de la gestión de la pasión deportiva se convierte en un circo de acaloradas conversaciones que encuentran excusa para discusiones sin sentido que finalmente dan forma a la realidad. Se busca una atracción por parte del público de manera rápida y eficaz. Esta situación puede estar relacionada con el número de espectadores, el interés por gestionar un determinado número de anuncios para mantener el estatus y el desconocimiento del contenido de las noticias. Debe integrarse utilizando varios factores como la popularidad, el prestigio, la calidad y la

experiencia para crear una imagen general que los espectadores reconozcan durante los eventos deportivos; el diseño metodológico es un análisis cualitativo de la importancia de la formación de la opinión pública en las noticias deportivas en Colombia, utilizando diferentes espacios de expresión de los principales periodistas del país. Por lo tanto, hay un diálogo entre la opinión pública, el periodismo deportivo, el deporte y la sociedad moderna con el fin de explicar sus principales funciones y la existencia de relaciones que inciden en el quehacer cotidiano de los medios, para fortalecer las posiciones subjetivas en torno a hechos reales en el ámbito sociocultural. Los resultados arrojaron que la inmediatez, el atractivo de la información reportada por los principales periodistas, se convierte en un punto de discordia en el reportaje, ya que la inmediatez se convierte en un factor fundamental en la producción de programas a nivel social, gracias a la connotación deportiva en la audiencia, tal como se expone. a las novedades en el camino de todos. En conclusión, el análisis cita el papel de las noticias deportivas para influir en la opinión pública, denunciando algunas deficiencias en las directivas de las principales organizaciones deportivas del país para explicar el sentido de pertenencia social. Resumiendo lo que está sucediendo a nivel sindical y use el lenguaje como indicador de influencia entre el deporte y la opinión pública.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Periodismo Deportivo

2.3.1.1 Definición

Según Torrijos, J. (2014), en el texto *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Análisis, genera un gran impacto en la sociedad*. Universidad de Sevilla – España. Las noticias deportivas destacan como una forma de información de alto impacto social debido a la universalidad de los temas tratados y su gran arraigo internacional. Este campo rico en información está experimentando una expansión temporal. Además de esta visión paradójica que ofrece el periodismo deportivo, su naturaleza sorprende porque es una forma muy influyente, tanto por la universalidad de los temas que cubre como por su profunda raigambre internacional. El deporte no es solo el mayor productor de información. Los interés colectivo y éxito social en la mayoría de los lugares, pero también la capacidad de expandirse y desarrollarse a través de vínculos estrechos con las comunidades de personas que lo poseen y lo mantienen, ya sea una ciudad, una región o un país.

De hecho, el periodismo deportivo profesional ayuda a reforzar ese sentimiento. Perteneciente a la sociedad, cómplice y cercano a sus compatriotas, participa en la celebración de los logros de atletas y selecciones en los partidos que cubre. Este hecho es especialmente visible en los eventos internacionales más influyentes, como la Copa del Mundo o los Juegos Olímpicos, que están marcados en rojo en la agenda temática, acompañados de grandes pantallas informativas, que también se utilizan para mostrar cohesión interna y sentimientos nacionales territoriales.

En los últimos años, con el nacimiento de nuevos medios con diferente especialización mediática, su estructura también ha cambiado. Este campo del periodismo se ha

convertido en un campo innovador e hiperactivo caracterizado por una búsqueda constante de nuevas formas de contar historias a través de las nuevas tecnologías digitales. Este artículo analiza algunas de las últimas tendencias del periodismo deportivo que se espera que marquen el camino de los próximos años, como las nuevas narrativas multimedia e interactivas y los textos informativos de formato largo. (págs. 3-7)

Según Chanamé, L. (2016) en el texto *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo*. Universidad San Martín de Porres – Perú. En la rama del periodismo deportivo se utiliza para analizar la práctica profesional de las mujeres en el periodismo deportivo. Por lo tanto, busca comprender las condiciones, dificultades y desafíos que enfrenta este tipo de trabajo en este campo. Esta apariencia también es adecuada para definir el lugar que ocupa la profesión en los medios. El efecto mediador de la información deportiva es doble: uno es personal (involucrando a jugadores y espectadores) y el otro es (a nivel masivo), donde se ubican la mayoría de los medios. Actualmente, el deporte es la actividad social más común en los medios de comunicación y una necesidad comunicativa especializada que se dirige a toda la sociedad local y global.

Como cualquier otra rama del periodismo, se requiere preparación y conocimientos sobre las disciplinas deportivas para hacer un buen trabajo, realizando buenas entrevistas y emitir información de calidad. El objetivo principal es estar preparado para cualquier situación que se pueda presentarse. También se busca generar empatía

con los aficionados de diversas disciplinas. Los comportamientos que se muestran en un estadio de fútbol no son los mismo que se puedan ver en otros deportes. Ahora, las personas que no puedan asistir a los eventos deportivos, pueden verlo a través de las imágenes emitidas por la televisión. Se puede mostrar cada detalle de cómo se vive el ambiente en dicha localidad. El objetivo principal es que las personas se mantengan en sintonía hasta finalizar el evento. Por el mismo motivo, esta carrera se ha convertido en una actividad social más influyente en las personas. Los diferentes contenidos que puedan generar, se han visto difundida en los diferentes medios y con la necesidad de comunicar los temas más relevantes del día, tanto en lo colectivo local e internacional. Las redes sociales juegan un papel importante por el simple hecho que ahora las personas para más activas en las redes sociales y puedan observar los contenidos que se van dando minuto a minuto. Los medios y sus plataformas digitales, también logran captar esas actividades y así, compartirlo en sus diarios.

Con el paso del tiempo, las mujeres se involucraron más en este campo y comenzaron a tener un mayor protagonismo en el deporte. A pesar de las dificultades y los diferentes retos a los que se pueden enfrentar, han sabido salir adelante y demostrar que están a la altura de cualquier reto. Las mujeres se han tenido que acostumbrar a los diferentes ambientes que genera esta carrera. Por cosas del deporte, se han generado diferentes términos que tanto deportistas como periodistas, deben emplear para brindar una mejor información. Por cuestiones deportivas se han generado

diferentes términos que tanto los deportistas como los periodistas deben utilizar para brindar una mejor información. (p. 3-12)

Según Gómez, M. (2009) en el texto *Percepción del Periodismo Deportivo*. Universidad Nacional Autónoma de México – México. El principal propósito del periodismo deportivo es observar y analizar qué es la percepción que tienen los aficionados al deporte sobre los periodistas deportivos en Guadalajara y define las características de este tipo de periodismo. Podemos conocer que virtudes tienen y conociendo cuales son las desventajas de poder predecir su condición décadas en el futuro utilizando técnicas que se incluyen en el proyecto estudiado. Los reporteros deportivos en Guadalajara tienen un constructo teórico que les hace priorizar las noticias y ponerlas en una perspectiva más baja, lo que les hace optar por intereses que claramente no son deportivos, sino que quieren ser “héroes del poder”.” opinión, y en el momento del juicio esta persona está más consciente que el propio atleta acusado. En este análisis, las características de los periódicos y periodistas son aproximadas. Deportes en diferentes épocas, luego aprenda sobre el desarrollo de los medios en cada época. Cobertura de fútbol, procesamiento con fuentes, desarrollo de un lenguaje propio y cambios en las fuentes de información.

2.3.1.2 Características

El periodismo deportivo a lo largo de los años, fue adquiriendo nuevas características que lo van posicionando como una de las ramas más influyentes de nuestra sociedad. Los primeros reporteros deportivos en los periódicos no eran periodistas, sino

escritores que amaban los nuevos fenómenos que tenían un atractivo irresistible, comentando en el estilo y la retórica de la época. Por otro lado, se enfoca en eventos deportivos para brindar información a través de diferentes géneros como reportajes, reseñas, reportajes y entrevistas. se les agregan palabras serivado de las reglas de varios deportes y expresiones de jugadores, entrenadores y aficionados. Debido a la proliferación de concursos, deportistas de diferentes ciudades, regiones e incluso países compitiendo por apuestas o grandes premios, estos artículos, originalmente dirigidos a minorías y sectores informados de los clientes del periódico, se trasladaron gradualmente a la información general. Lo que se busca es que las personas tengan los conocimientos claros que van acorde con lo que se menciona y dejar un mensaje claro, que se rigen con ciertas características fundamentales:

Según Restrepo, J (2001) *La objetividad Periodística: Utopía y Realidad*. El principal **objetivo y promoción periodístico** es expresar sus ideas de manera neutral y dar su reflexión de un hecho o situación que se pueda presentar. Dando sus diversos puntos de vistas sobre una situación o acontecimiento de interés para un público determinado. Siempre con fuentes confiables y veraces. Para así, no alarmar a las personas que reciban la noticia. Pasando a la función de noticias, podemos decir que una de las funciones más importantes es la entrega de noticias. Este es un requisito estándar, ya que es la fuerza motriz detrás de las noticias y revistas; los periodistas deben brindar noticias de interés común y noticias para informar y entretener a lectores y oyentes. Como se mencionó anteriormente, cuando se trata del periodismo y su significado, su

estructura y requisitos pueden variar según el medio que transmite la información y sus líneas editoriales; el periodismo puede relacionarse con temas cotidianos, sociedad, economía. Los problemas deben ser abordados por el desarrollo de la tecnología o el movimiento de los gobiernos nacionales en cualquier campo. También puede cubrir temas como política exterior, medio ambiente, eventos, negocios, educación y más. (pág. 10-14)

Según Antonio, L. (2013) en el texto *El análisis: ¿un género periodístico? Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*. Universidad de Sevilla – España 2013. El **análisis** se requiere en buscar, procesar, informar y hallar posibles soluciones de un tema o dar un comentario sobre un panorama. Algo que haría que la noticia sea breve y concisa. Por otro lado, la manera de informar y dar un resumen de lo sucedido, sería clave para poder captar la atención de las personas. Eso se juega más en las redes sociales. (pág.20)

Según Ludovico, W. (2013) en su texto *Derecho a la Comunicación y a Comunicar. Informar, educar y entretener de manera sana*. La **comunicación** es informar a las demás personas sobre un suceso o explicar sobre un tema con palabras simple, para mayor entendimiento. Siendo breves y concisos a la hora de intentar dar la información. Lo importante es no usar palabras tan técnicas y que sea fácil de entendimiento para un público determinado. Dar la información con la recolección de información y así, poder contar lo sucedido con los datos más importantes. Se

busca ser breve y no usar palabras de difícil entendimiento para una población determinada. (pág.15)

Según Salazar, Rosa (2003) en su texto *Hacia un periodismo especializado ágil y creativo: La experiencia de la revista de transportes señales*. La **preparación** es importante para poder afrontar los nuevos retos que presenta la tecnología y así adquirir nuevos conocimientos sobre los temas que se presentan al momento. También es recomendable estar preparado para poder discutir o apoyarse en ideas o sucesos que acontecieron en años anteriores. Esta preparación para un campo de conocimiento permite a los periodistas comprender, elaborar y apreciar los hechos, y estos hechos obtienen cualquier otro conocimiento. Están relacionados con eventos similares para evitar el aislamiento de los fragmentos de la realidad social y eventualmente enfrentan la fuente del mismo nivel de información. El profesionalismo del periodismo no significa su conocimiento o trabajo profesional. (pág. 15)

Según Rodríguez, Y. (2005) en su texto *Objetivos del periodismo: cuáles son, explicación y características de todas las funciones del periodismo. Cinco Noticias*. La **educación**, por su parte, una de las funciones del periodismo es educar a las personas, no desde un punto de vista pedagógico, sino que la educación es desde el periodismo interpretativo, que descompone, procesa y traduce la información para que llegue de manera simplificada al destinatario. Las noticias y agencias independientes, deportivas, gubernamentales o ciertos medios de comunicación tienen el mismo objetivo. Deben revelar información clara, sencilla, concisa y veraz que

pueda brindar a los lectores los conceptos necesarios para comprender los temas presentados o escuchados en el caso de las noticias transmitidas. (pág. 17-20)

Según Olivieria, F. (2006) en su texto *Teoría del Periodismo*. La **claridad** es dar un mensaje con un lenguaje sencillo y fácil de comprender para las demás personas, sin importar que nivelación de clase social, formación o cultural. Lo que se busca es que, al momento de comunicar, la persona pueda entender lo que el periodista quiere decir. Ser breves y claros, ayudaría mucho para el entendimiento de la población. La noticia tiene que ser contada de manera que se pueda usar la imaginación y así, que la persona se sienta como si estuviera en los hechos. El método de exposición oral se ofrece como una habilidad comunicativa a desarrollar desde un punto de vista práctico y didáctico. El carácter coloquial de esta expresión hace que se considere una habilidad muy utilizada en la vida cotidiana, y quizás por ello no ha recibido suficiente atención educativa. Se recomienda para este fin. Reflexiones que sensibilicen sobre la necesidad de abordarlo de manera educativa. Se parte de la noción inductiva de que con algunas experiencias que el autor ha vivido y compartido, se puede comprender y experimentar el patrón de conducta docente y construir sus propias teorías a partir de este enfoque comunicativo y científico, a saber, para este término general. (p.244)

Según Barragán, A. (2007) en su texto *Ética del Periodista: Formación y Práctica*. La ética se basa a través de los valores, principios y deberes que lleva la carrera y, sobre todo, se busca la responsabilidad de la persona misma a la hora de dar la noticia. Un periodista siempre tiene que tener buenos principios y estar a la altura de cada

situación que se le puede presentar. No perder la calma y saber controlarse en momentos muy duros, sería lo principal para poder destacar su gran labor que viene haciendo en el campo. Los avances en la formación profesional han sido sustanciales, y debido a las necesidades de la población existen temas de relevancia mundial, como la investigación de la ética periodística, aunque ésta y sus responsabilidades no forman parte del programa de formación. En la mayoría de nuestras escuelas de comunicación, se debe señalar que la institución no sólo se trata de orientar a los estudiantes, sino también de su formación profesional integral como personas, que es parte de su bagaje histórico y cultural. Desde que se reconoció al periodismo como profesión, también se ha prestado atención a sus estudios éticos, aunque a partir de la década de 1990 ha cobrado mayor relevancia, considerada una profesión de realización y virtud, pero también arriesgada y constantemente bajo la supervisión de la propia sociedad. (p.37-42)

Según Eugenia, M. (2007) en su texto *La vocación periodística. Una llamada al ser social*. La vocación es la personalidad para estar al servicio de la comunidad y poder informar lo que pasa a su alrededor. Contando las cosas con la verdad y su única intención debe ser ayudar a los demás. Algo que les pueda nacer y saber que, al momento de dar una noticia, sea la correcta y clara. Por otro lado, la funcionalidad del periodismo de servicio está en muchos casos subordinada a diversos intereses. En muchos otros casos, simplemente sucumbieron a la comodidad sin indagar en la realidad y expresaron su descontento con lo que se estaba informando. Un ejemplo de

botón es la comunicación sobre las personas mayores: simplemente no refleja la realidad del grupo. (p. 5-7)

Según Marañón, C. (2015) *Lenguaje deportivo y comunicación social: Prototipo coetánea de masas*. La opinión en el periodismo se busca dar tu punto de vista, lo que implica que se estará a favor o en contra respecto a un tema en específico. Lo que se busca es ser objetivo e imparcial. Por otro lado, no siempre un comentario de un especialista o comunicador, le va a caer bien a una persona que no comparta eso. Se busca poder dar sustento a su idea. Cabe aclarar que, en el periodismo deportivo, los temas de opinión, objetividad, preparación, análisis y ética deben ser un arma fundamental, no solo para este campo, sino para la profesión en general. Es por ello que se debe tener en cuenta la preparación que tiene cada alumno y que se debe ser lo más claro posible al momento de informar o tratar un tema. Es importante buscar siempre la imparcialidad y tener argumentos de apoyo que puedan acompañar la idea que se quiere comentar a una audiencia objetiva. Por otro lado, las fuentes primarias nunca deben revelarse al entrar en un debate y deben conservarse para cualquier evento futuro. Evitar caer en las repeticiones y no saber expresarse. (pág. 5-9)

2.3.1.3 Factores

Con el pasar de los tiempos el deporte ha ido evolucionando y cambiando el pensamiento de las personas que solo lo ven como un "simple deporte". Por el lado del periodismo deportivo, empezó a tener más relevancia en el mundo y se veía enfocado de como un comentario de un especialista o una persona que tenga

conocimiento del tema (bases, estudios, preparación), pueda cambiar la percepción de los demás. Hoy en día, dejaron de hablar de un solo deporte a tener más información de las otras disciplinas deportivas. Los principales factores que hacen que esto sea posible fueron. (López A., 1390, p. 117-99)

Según Mendoza, G. (1894) en el texto *Deporte Globalizado: La continuidad y discontinuidad del deporte profesional capitalista*. Realidad y perspectiva. Universidad Nacional Experimental de Yaracuy. Primero, la globalización. Los clubes deportivos han motivado a las personas a practicar un deporte, recrearse y aprovechar el tiempo libre que puedan tener. Además, esto viene de la mano del periodismo deportivo, que se esfuerza por informar sobre los acontecimientos que se desarrollan tanto a nivel nacional como internacional. En el ámbito deportivo se han visto muy beneficiados porque hoy no solo comunican, también buscan promover, patrocinar y organizar el deporte de cada país. La influencia y el impacto, genera dentro del territorial, tienen crecer el deporte en todas. Eso garantizaría que los periodistas y comunicadores se mantengan actualizados e informados todos los días, para dar una mejor cobertura. Por otro lado, el uso de la tecnología facilita que se facilite el trabajo, teniendo apuntes y datos de fechas anteriores o de épocas antiguas. (p. 15-17).

Según Salaverría, R. (2019) en el texto "*Digital journalism: 25 years of research. Review article*". Comenta que, en el Segundo, la digitalización. El periodismo deportivo se ha ido adaptando a este nuevo mundo no solo a través de las redes

sociales. También podrían aprovechar las transmisiones que se generaron gracias a esta nueva aparición. Lo que permitiría a los periodistas adaptarse a esta nueva tendencia y convertirse en una nueva forma de conectar con las personas. Por otro lado, se busca salir de lo común y tener una mayor interacción con tu público objetivo. Los medios deportivos llegaron a diferentes países y pudieron brindar información diferente a la que la gente estaba dispuesta a escuchar. Su gran impacto en la rama del periodismo despertó la curiosidad en los jóvenes, interesándolos más por esta carrera y animándolos a superarse a sí mismos. Les obliga a estar informados en todo momento y poder aportar mejores contenidos para un sector en concreto. Por otro lado, contar con fuentes claras y concisas haría más entretenida la transmisión. Los datos juegan un papel importante para poder transmitir un mensaje.

Y, por último, según García, B. (2009) en el texto *Mercantilización y género en el deporte*. Se puede saber qué, la mercantilización es la rama del periodismo deportivo va de la mano con la comercialización del deporte y el género. En el tema salarial si hay una gran diferencia. Con el paso del tiempo y el mayor protagonismo de la mujer en esta disciplina, adquirió mayor importancia en el manejo de la información. Por otro lado, el valor de la deportista femenina aumenta con el apoyo de grandes marcas y empresas, que confían en su gran desempeño y pueden generar ingresos a través de su imagen, más allá de su salario como deportista o comunicadora. En algunos casos, los anuncios tienden a favorecer a las mujeres sobre los hombres. Eso se haría con el fin de lograr la igualdad de los deportistas nacionales y además, buscan confiar en el

gran trabajo que vienen realizando en su preparación para torneos nacionales e internacionales. Por otro lado, buscamos una mayor participación de la prensa a la hora de informarles sobre su participación en las distintas categorías. Las empresas están tratando de dar la misma importancia a las mujeres en sus anuncios. (p.13-15)

2.3.1.4 Fundamentos

Para poder entender el periodismo deportivo tal cual, primero debemos saber por qué ha crecido tanto en los últimos años sea nacional o internacional. (figura 1). Para ello, debemos tener un poco de conocimientos con el rendimiento del deportista, su proceso de entrenamiento y su constante evolución en su especialidad.

Sillero, B. (2010) *Fundamentos Teóricos y aplicación práctica de la toma de decisiones del deporte*. Universidad de Córdoba – España. Las decisiones que toma cada deportista es también una pieza fundamental en esta rama, en el sentido de que unos deportes, su adecuación y tratamiento de la información, es diferente a los demás. Lo que estamos buscando es una comparación de los métodos de entrenamiento y la información del tratamiento durante los últimos años. El mayor conocimiento de las diversas preparaciones y competiciones. Sin embargo, algunos profesionales de la comunicación se enfocan en un solo deporte y la mayoría no está familiarizado con los tipos de sesiones que un atleta debe tener para prepararse para un torneo nacional o internacional. Por otro lado, el manejo de la información dentro de la rama del periodismo deportivo con el paso del tiempo ha llevado a que las personas consuman más noticias y también busquen practicar algún deporte. Su

influencia y cobertura en el deporte han sido pieza fundamental para las generaciones pasadas, actuales y futuras. Además, se puede inferir que, gracias a los periodistas y su enfoque de la cobertura deportiva, el periodismo es visto de manera positiva en varios aspectos. La integración con métodos tecnológicos y la aceptación por parte de las personas se refleja a la hora de presentar o anunciar noticias. La intención es generar interacción con el público y mantenerlo informado sobre lo acontecido en las distintas disciplinas. Originalmente, las personas que escribían artículos en los periódicos eran personas que tenían experiencia con varios brazos de la sociedad, por lo que estaban calificados como periodistas. Así, el periodismo es y seguirá siendo una profesión libre a la que puede acceder cualquier persona sin necesidad de una investigación previa para ejercer la profesión de mediador que se desarrolla a nivel nacional o internacional. Sin embargo, el desconocimiento de algunos periodistas sobre los nuevos avances tecnológicos haría imposible captar la atención de los televidentes.

2.3.1.5 Clasificación, Tipos

Dentro de la carrera de periodismo en general, existen diferentes maneras de comunicar la información a través de los medios que existentes. En el periodismo deportivo, se supo adaptar a estos medios.

Según Campbell, F. (2010) en el texto *Periodismo Escrito. Serie circular del periodismo*. El periodismo escrito empieza desde la aparición de la imprenta, hasta el día de hoy, este tipo de periodismo sigue vigente. El hombre ha hecho que pueda dar

información a través de los diarios, contando algún suceso o datos que pueden ser importante para la sociedad. El objetivo de esto es crear conciencia y efecto en las personas interesadas del tema. Por lo que es importante contar la noticia con claridad y palabras fáciles para el entendimiento del público. Sin embargo, hoy en día, la actualidad de la prensa escrita es incierta. Los lectores prefieren usar la tecnología y leerlos a través de un dispositivo. El periodista busca establecer una conexión entre el texto y el público: una relación entre hechos con ideas, para dar un criterio, todo acompañado con las fuentes, para poder organizar las ideas e interpretar los acontecimientos, para una mejor comprensión del lector. Y así, jugar un poco con la imaginación de los consumidores. La principal función es que los lectores puedan “transportarse” a lo sucedido con el simple hecho de leer la nota. Por otro lado, siempre se busca crear una conexión entre ambas partes. (p.10-15)

Según Márquez, M. (2005) en el texto *Periodismo gráfico y fotoperiodismo*. El Periodismo gráfico se viene reflejado a través de la historia, dándole inicio en la prehistoria y, con el tiempo, mejora con nuevas técnicas o dispositivos. Los cuadros en las paredes; más adelante, el uso de electrodomésticos, hasta poder llegar con el avance de la tecnología. En este nuevo método, la prensa adquirió conocimiento y, como resultado, pudo brindar un mejor trabajo e información. Con el progreso de la tecnología, cualquiera puede tomar una foto y compartirla en las redes sociales o compartirla con un medio de comunicación. Una imagen en una noticia tiene una gran importancia en este campo. Ya que, como dice el refrán, una imagen vale más que mil

palabras. Gracias a esta nueva apariencia, los fotógrafos cuentan ahora con más material para acompañar sus trabajos o presentaciones, o incluso para servir de inspiración a otros. A pesar de los constantes avances, el aspecto más importante de una foto periodística sigue siendo el contenido que la acompaña. El resto es un complemento por su relevancia e impacto. También conocido como fotoperiodismo, fue capaz de entregar un mensaje sin usar texto. La idea era que la gente pudiera entender lo que estaba pasando sin tener que leer un párrafo. Desde hace algún tiempo, este nuevo modo de funcionamiento se ha utilizado y, hoy en día, muchos sitios web, periódicos, etc. Consiguieron combinar ambas funciones, y así seguir captando la atención de las personas a la hora de leer. Todo fue posible durante la Guerra Civil Española, la Guerra de la Triple Alianza y la Guerra de Vietnam. En el cual, los grandes avances de la fotografía ayudarían a detectar las fuerzas enemigas y sus movimientos. Por otro lado, se busca narrar los hechos con un simple flash y acompañados del contexto, para que las personas puedan imaginar lo que pasó en diferentes épocas. Juan Combe, el padre del periodismo gráfico español, tiene una cámara de pantalla plana con una lupa a juego y una gran colección de fotografías de las personas más importantes de España. En el último cuarto del siglo XIX, la mayor parte fue realizada por Juan Laurent. (p.1-7)

Según Cerezo, P. (2010) en el texto *Periodismo Radial y su evolución en los diferentes países de América Latina*. El periodismo radial es una rama del periodismo profesional dedicada a la radiodifusión fabrica un producto especial, que se utiliza una

sola vez, salvo contadas excepciones, y que entra en cada persona a través de un único sentido: el auditivo. Este producto se denomina programa. Una estación de radio comercial, por ejemplo, podría verse como una "fábrica" para producir programas de radio. Una nueva rama del periodismo que busca brindar información de una manera más rápida y concisa. En otras palabras, el tiempo que se pasa en la radio debe ser preciso y, sobre todo, debe estar al día, al día, porque cada minuto que se pasa en la cabina cuesta. El periodista se adaptó a este nuevo medio y hoy la gente se informa gracias a él. Una de las ventajas de esta nueva apariencia y forma de estar conectado con la realidad es que se puede escuchar en cualquier parte del mundo. La señal y la frecuencia preferidas por el oyente las harían aparecer con el paso del tiempo. Además, esto también haría que los periodistas estén informados y puedan saber modular su voz cuando hablan por el micrófono. La radio es un lenguaje, una herramienta para la sociedad y la cultura, que fue implementada en el Perú y en todo el mundo. Busca afrontar los nuevos retos que la sociedad puede exigir y es un medio de comunicación que no tiene pausa. También, siguen con una línea de por medio. Se necesita una buena preparación y sirve de ayuda para los reporteros. La gran preparación para afrontar estos retos, haría que el periodista se pueda seguir actualizándose para los nuevos retos que se le pueda presentar. (pág. 10-15)

Según Morales, E. (2016) en el texto *El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión*. Con la aparición de los medios digitales, el periodismo televisivo generó más oportunidad

para los periodistas. Lo que se buscaba era dejar de dar información a través de la prensa escrita, sino que ahora podían aparecer en la televisión con información de primera mano y fuentes confiables. Las noticias deben ser variadas a lo largo del día. La alta competencia hace que los presentadores estén constantemente preparados y en aprendizaje. Por otro lado, presentar un programa de calidad hace posible que los espectadores se dejen engañar por el cambio de canales, lo que a su vez evita que tengan que consumir la competencia. Sin embargo, eso requiere un cierto proceso y contar con profesionales en diversas áreas. Esto significaría que estarían entrenando constantemente con nuevas tecnologías y dispositivos que podrían encontrar durante la temporada. Una de las áreas que se aprovecha en el periodismo televisivo es la redacción porque a lo largo de los años los periódicos escritos han servido de referencia y conclusión para poder dar las noticias en vivo en pantalla. Las imágenes que se proyectan han sido de suma importancia en este mundo para poder dar sentido a la noticia a la hora de contarla. Por otro lado, han sido un buen complemento para esta rama. (p.115-25)

Según Marañón, C. (2014) en el texto *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Se refieren al periodismo digital como un medio que existe desde hace pocos años y hoy es fundamental para informarnos, se ha convertido en imprescindible. Los periodistas tuvieron una gran adaptación a este mundo y la gente puede estar informada a diario. Es fundamental que los periodistas se adapten constantemente a las nuevas tecnologías para brindar a su audiencia un trabajo de

mayor calidad. La gente comenzó a consumir plataformas de medios en lugar de periódicos. Donde la información se puede actualizar minuto a minuto y no tienes que esperar a leerla al día siguiente en el periódico. Sin embargo, todo debe estar respaldado con fuentes confiables y auténticas. se busca que los lectores consuman cosas de calidad y no información falsa. Los portales web, blogs, videos informativos, etc. hacen que uno pueda entender las cosas de manera diversidad y formal. La era digital y la nueva tecnología hacen que el periodista este en constante crecimiento. Hoy en día, las noticias se pueden informar en el momento en que ocurren, y las personas del país o del extranjero pueden estar al tanto de lo que está sucediendo. La amplia difusión de las noticias permite trabajar con las demás áreas y brindar notas actualizadas para el público que consume los diferentes medios. Sería ideal contar con fuentes veraces, material de audio o video, y un texto para acompañar la noticia. Las distintas plataformas están en constante crecimiento y es solo cuestión de tiempo que puedan reemplazar a los medios escritos. Sin embargo, se sigue consumiendo los periódicos. Por otro lado, los comunicadores tendrían que capacitarse constantemente para poder manejar las nuevas herramientas y posiblemente las futuras. (pág. 12-17)

2.3.2 Percepción

2.3.2.1 Definición

Según Oviedo, L. (2014) en el texto *La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt*. El artículo define el concepto de percepción en base a la psicología, a partir de los aportes de la teoría Gestalt. Los orígenes

filosóficos de dicho concepto se presentan en el trabajo de los filósofos de las asociaciones, seguido a una discusión que llevaría a un debate introducido por los proponentes de la psicología. Se puede hacer un repaso a las principales leyes de percepción con especial énfasis en el principio de los buenos contornos y explicación. Por último, lo que se puede destacar de dicho trabajo es la importancia que tiene la psicología en la rama del periodismo como disciplina científica la presentación de percepción como un proceso caracterizado por los procesos de abstracción. La percepción se basa en los valores que tienen las personas, tanto a nivel personal como social. Se puede notar que está presente en la carrera deportiva, la hinchada tiene la gran responsabilidad de respetar al rival, por su diferencia de equipo y pensamiento que pueda tener respecto a un tema. Esto quiere decir que depende de las distintas publicaciones que pueda brindar el periodismo y de las actitudes de las personas que lo consumen. Sus acciones se ven reflejadas en sus comentarios sobre un tema en específico. Los periodistas deportivos deben proporcionar un punto de vista objetivo e imparcial. Los valores que la involucran a la hora de contar las noticias, y de forma parcial, posibilitan que los fans observen el comportamiento o el posicionamiento que los medios asumen frente al tema. Además, buscan mantener la paz y, sobre todo, defender valores que pueden ser importantes para la sociedad. El punto de vista del periodista deportivo se tiene en cuenta a la hora de juzgar si un jugador merece o no elogios por su actuación en el campo. (p.79-93)

2.3.2.2 Características

Según Juanola, M. (2015) en el texto *Percepción, Atención y Memoria*. New York: *Psychology Press*. La percepción es una actividad que parece consistir en recibir, lo que se puede convertir en una actividad más pasiva. La comprensión de la naturaleza se ha explicado en diversas formas, basándose en conceptos psicológicos más profundos que apuntan al materialismo. La percepción es la segunda base de la sensación, que tiene como objetivo poder interpretar las ideas o pensamientos que se pueden formar a través de un comentario u opinión respecto a un tema. Para dar un comentario sobre algo en la rama deportiva, es necesario cumplir con ciertos requisitos. En otras palabras, el argumento debe ser coherente con el tema y debe tener fundamentos para poder continuar el debate o apoyar la idea de la primera persona. Por otro lado, es válido agregar datos de etapas anteriores. Las fuentes de primera mano serán fundamentales para sustentar las opiniones o comentarios que el periodista pueda aportar a una discusión. (4-7)

Según Correa, Agila, Pulmarín, J, Palacios, W. (2015) en el texto sobre *Tema: Constructivo y superación en los deportes. Aporte de los comunicadores*. El periodista está tratando de construir una imagen o impresión de lo que pasó, y eso es lo que está tratando de dar al público. La opinión sobre lo que estás viendo puede ser tomada positiva o negativamente por el atleta. Quieren asegurarse de que los mismos errores no se comenten en el futuro. Siempre se busca dar un comentario positivo sobre el desempeño de los atletas en su participación nacional o internacional. Por otro lado,

un comentario negativo siempre debe ir acompañado de uno constructivo. Por otro lado, es bueno señalarles los errores o defectos del atleta, esto siempre será una ayuda en el crecimiento de los representantes de cada país. Procurar estar al margen de percepciones y opiniones en cuanto a los detalles que cada uno pueda aportar. Lo que buscamos es una experiencia de primera mano contada desde la perspectiva de quien la vivió. Esas anécdotas pueden ser fuente de motivación o inspiración para personas que están pasando por una situación similar. Es fundamental encontrar la forma de salir de los problemas para poder salir adelante en la vida y superar sus momentos difíciles. No todas las personas son capaces de entender los mensajes que se intentan transmitir con esas historias. Lo que se busca para percibir, es poder captar los estímulos a través de nuestros cinco sentidos: visual, auditiva, olfativa, gustativa y táctil. Se pudo conocer a través de los estudios que los gráficos son lo primero que capta nuestros ojos y eso haría que las personas se puedan enganchar con el mensaje que intentan transmitir. (p.5-10)

Según Juanola, M. (2015) en el texto *Percepción, Atención y Memoria en New York: Psychology – Press*. Manifiesta que la atención es un concepto difícil de poder entender si no es en referencia a la percepción, ya que sin referencia no podemos llegar a la percepción, no expresando ninguna actividad concreta más allá de la capacidad del ser humano para poder percibir algo. En la filosofía, el estado de activación se puede conocer como atención. Un periodista debe demostrar concentración en el desempeño de su trabajo para que pueda brindar información segura y concisa. Para

que puedas captar, interpretar y asimilar los hechos que se van a presentar. La preparación para tales cosas sería esencial para los acontecimientos del presente. Sin embargo, algunos comunicadores pueden no estar preparados para enfrentar los obstáculos que puedan presentarse. Con el objetivo de poder hacer una construcción de la situación y que las personas puedan ver lo que sucede a su alrededor. Esto se toma por las necesidades inmediatas, cotidianas, etc. La atención y la memoria juegan un papel importante en la comprensión de un texto, porque a través de ellas el individuo logra descifrar los significados internos del texto, y la comprensión identifica estos significados directamente a través de la información actual y el conocimiento previo que el individuo ha adquirido. Desde una edad temprana, las personas son capaces de concentrarse, es decir, elige un aspecto de tu entorno para estar consciente. La atención sigue siendo limitada en términos de contenido. Lo que realmente ha cambiado es la capacidad de mantener el enfoque y decidir en qué objeto aterrizará. Los niños pequeños se distraen fácilmente porque hay muchas cosas que llaman su atención. Un elemento u objeto en contexto apenas llama tu atención unos segundos antes que otro elemento de tu entorno. Esto sucede cuando el receptor comienza a comprender activamente lo que ve o escucha y comienza a prestar atención a partes de él, en lugar de solo mirar o escuchar. Esto es porque una persona puede distraerlo para que pueda hacer más de una cosa a la vez. Para ello, aprendió habilidades y desarrolló programas automáticos que le permitían realizar diversas tareas, aparentemente sin requerir mucha atención. (p.89-94)

2.3.2.3 Factores

Según Puig, WR; Batista, IG; López, JCD (2012) en el texto *Plan integral para la actividad física y el deporte*. Los periodistas deportivos se basan en imágenes para reforzar su opinión sobre el comentario que brindan. Lo hacen proporcionando las imágenes a sus seguidores u oyentes a través de diferentes plataformas o canales. Además, los factores que influyen pueden ser positivos o negativos, dependiendo de la situación que se presente. El aspecto visual siempre será lo primero que llame la atención de las personas. Según el autor, todo entra por los ojos, lo que implica imágenes, videos, etc. Por otro lado, un material con fotografías y texto es la combinación perfecta para captar la atención de un público específico. Las funcionalidades principales son aquellas que describen las acciones que realizan las personas al enfrentarse a una situación. También es posible identificar a las personas en función de las características que poseen, y el periodismo lo tiene en cuenta a la hora de informar sobre un deporte. Las más reconocidas son por las: Actitudes, experiencias, cultura, motivos, capacidad mental. Por otro lado, el factor de la estructura, que tiene en cuenta las condiciones o características de un objetivo específico. La rama periodística está buscando la manera de encontrarse donde pueda ser continua. Por otra parte, este hecho también cumple las siguientes formas: Proximidad, cierre, simetría, destino común y semejanza. El último factor, Situacional, tiene como objetivo permitir que el periodista deportivo cree una relación con su público objetivo durante un evento importante. Además, es importante que

continúe generando confianza con los atletas, dependiendo de su desempeño en diferentes disciplinas. (p.121-126)

2.3.2.4 Fundamentos

Según Guerrero, J. (2007) en el texto *La percepción: enfoque funcional de la visión. Apuntes de educación física y deporte en el Periodismo Deportivo*. Manifiestan que, el aspecto psicológico, es muy importante para la persona, atleta, comunicador, etc. Esto es particularmente en las disciplinas deportivas y es vital para el rendimiento del atleta. El periodista deportivo pretende dar reflexión a los aficionados que solo buscan perjudicar a los deportistas con sus comentarios a través de diferentes plataformas. Por otro lado, ha habido varios casos en los que se han lanzado ataques contra periodistas simplemente porque no estaban de acuerdo con su opinión sobre el desempeño de un determinado atleta. Lo que busca la percepción es poder 'criticar', pero de forma objetiva y con argumentos de apoyo, para que el resultado final sea de la máxima calidad. También es posible hacer comentarios negativos, pero deben estar respaldados por argumentos suficientes. Por tanto, sabemos y aceptamos que todos los deportistas perciben su entorno y que el trabajo de evaluación y corrección óptica es muy importante en la primera fase del proceso, pero, sin embargo, el cerebro de cada deportista procesa los diferentes entornos de forma distinta. Como vemos, los procesos cognitivos (percepción, atención y memoria) incluyen mecanismos psicológicos. Captar estos "datos presentes" a través de los sentidos, centrando la atención en algo específico, representándolo mentalmente a través de la mente y

conectando (similar, diferente o complementario) con información previa almacenada en la memoria y finalmente explicándolo y usándolo en un lenguaje práctico. (pág. 180-186)

2.3.2.5 Clasificación, tipos

Según Martínez, M., Gómez, MC. (2018) en el texto *Percepción de la psicología del deporte. Aproximación desde narrativas de deportistas profesionales*. La actividad física y el deporte son un área de gran interés en la sociedad moderna, pues su importancia ha sido evaluada positivamente en diversos ámbitos de la vida humana. Asimismo, considerado una de las mayores expresiones de la modernidad, muchos jóvenes eligen el deporte como forma de vida y forma de materializar proyectos personales, basados en el interés de representar al país en competencias nacionales e internacionales. La relación entre los profesionales de la psicología del deporte y los deportistas, a partir de un proceso de apoyo psicológico basado en factores relacionados con la participación y el rendimiento en el deporte, el ejercicio y otras actividades físicas, utilizando métodos de preparación mental para dar respuesta a las necesidades específicas de los deportistas de alto rendimiento. De esta forma, se podrá ampliar el conocimiento sobre la imagen de los deportistas de alto nivel, sobre los psicólogos que los acompañan en una determinada etapa de su carrera deportiva, y sensibilizar a otros profesionales de la psicología, especialmente a los profesionales del deporte. Esto debe hacerse para que la amistad psicológica no solo satisfaga al deportista, sino también a otros profesionales como parte de un abordaje

interdisciplinario en el campo del deporte. Dentro del campo de la percepción existen varias clasificaciones que atienden al periodismo deportivo. Algunas son imprescindibles para poder tener una mejor opinión y poder saber lo que vive el deportista durante cada competición. El desempeño de los competidores, su preparación antes del torneo y otros factores serán cruciales para tener una mejor idea de cómo le está yendo al competidor. Sin embargo, siempre serán objeto de críticas o apoyo por parte del público. El periodista o comunicador debe estar preparado y preparado emocionalmente para manejar la situación. A pesar de ello, las plataformas digitales también juegan un papel importante en la creación de las noticias. En algunos casos, brindan actualizaciones minuto a minuto, lo que significa que las actualizaciones se brindan durante un evento o competencia. Las personas podrán interactuar entre sí y podrán seguir la competencia y el desempeño, ya sea nacional o internacional. (p.80-110)

Según López, E. (2015) *Factores situaciones y disposicionales como predictores de la ansiedad y autoconfianza precompetitiva en deportistas universitarios. Psicología del Deporte*. Forma. El propósito principal es analizar el objetivo que dará la información y el escenario en el que se encuentra. La relación que ambos tienen es muy importante para el desarrollo de la información que se presentará al público. Es muy importante el bienestar psicológico del atleta y su crecimiento en su disciplina. Asimismo, es importante realizar un análisis de ambos entornos por separado y poder llegar a una conclusión colectiva e individual. Por otro lado, lo profundidad busca

captar a primera vista, tanto sea con la cámara o la mira, es a cuento se encuentra su objetivo. Tanto el periodista como el deportista, tienen centrado un punto fijo. Lo recomendable es que se pueda observar de cerca, pero dependiendo de la circunstancia, se tendrá que ver el método de seguir enfocado en un solo punto. Lo que se busca con este método, es que puedan estar atentos con todo lo que pueda suceder y así, poder brindar una mejor información para los diferentes medios. También, el movimiento que puede generar un deportista, hace que las personas de afuera (incluido el periodista deportivo, camarógrafo, etc.) Vea las cosas en algunas oportunidades que se vayan disminuyendo el tamaño y cuando se acercan, aumenten de tamaño. Es lo que se provoca con este factor. Por eso mismo, esta rama del periodismo, implica que las personas encargadas, se encuentren atentas y así, no poder ningún detalle lo que pase en los terrenos de juego de cada disciplina. El cerebro interpreta cada movimiento como continuo de cada paso que pueda dar el atleta y a través de la repetición que se pueda dar en el video, para los televidentes, se podrá notar con mayor claridad cuando se acerca o se aleja la persona. Es cuestión de poder tener una capacidad de reflejos y de constante concentración.

Según Peter, R. (2018) en el texto *Percepción y perspectiva: vicios e inversiones de nuestra visión de la realidad humana y de sus valores debido a la percepción y sus alteraciones. Psicología del Deporte*. En donde afirman que la perspectiva nos ayuda a poder nos permite imaginar o analizar una imagen sin cambiar su tamaño, color o forma. Con esta misma motivación, se espera que las personas puedan ser analizadas

con mayor profundidad. Sin embargo, siempre estamos expuestos a no esperar el resultado que vemos o analizamos con cierta atención. En la rama de la comunicación, siempre se puede especular siempre que tengas datos fijos, y te pueden dirigir a la persona. Además, desde una perspectiva, pueden ser falsos, más comúnmente conocidos como ilusiones. (p.69-72)

2.3.2.6 Teorías Deportivas

Según Hernández C. (2016) en el texto *Teoría de la Percepción y sus modelos visuales en el mundo real*. La teoría más cercana a la Percepción se basa en los modelos visuales y mentales que puede presentar la sociedad. Lo que buscamos es entender hasta qué punto la gente es capaz de captar el mensaje y hacerlo comprensible a través de diferentes medios. El objetivo es que el público objetivo sea capaz de interpretar la información entre diferentes tipos de percepción y poder recibir cualquier tipo de opinión respecto a un tema a tratar. Desde una perspectiva visual, es importante que sea el primer método de percepción, con el apoyo de las imágenes que se presentan. Lo importante es que el cerebro sea capaz de organizar la información, no solo con la ayuda de imágenes. Se puede hacer con el proceso de lectura y la información adecuada proporcionada por las personas que intentan comunicarlo. Pero no hay duda de que una combinación de los dos es la mejor ayuda para el cerebro humano. Por otro lado, para tener información adecuada, es importante estar actualizado y poder apoyarse en hallazgos previos para tener una mejor base para sus comentarios sobre la situación. El soporte para problemas actuales o pasados siempre sería útil. Ahora

bien, no buscamos que el comentario del periodista sea la última palabra; queremos que la gente tenga una visión amplia de la situación y saque sus propias conclusiones. El periodismo y sus teorías tienen como objetivo ayudar al público con información, fortaleciendo sus ideas sobre un tema o evento tal como se presenta. Desde otro punto de vista, la imagen se puede relacionar desde un punto de vista del razonamiento fenoménico y racional. La percepción visual busca comprender las actitudes y comportamientos de las personas hacia imágenes o comentarios sobre un tema específico. Todo ello con el fin de permitir que la memoria analice lo ocurrido, y así poder emitir una opinión coherente basada en hechos. Puede ser positivo o negativo, siempre que tenga una base que respalde el punto de vista que estás ofreciendo. Por otro lado, los comentarios en las ramas periodísticas buscan que cada tema sea abordado adecuadamente. (p.40-50)

Según Balasch J. (1991) en el texto de *Percepción: Usos y teorías*. Comience analizando los usos e interpretaciones más comunes del término. Se hace especial hincapié en la naturaleza arbitrariamente convencional del lenguaje ordinario y cómo este lenguaje puede causar una gran confusión en la búsqueda de un enfoque psicológico. Percepción para describir las adaptaciones psicofísicas, incluido todo lo relacionado con el comportamiento motor perceptual. Además, también se señala la necesidad de crear un modelo conductual de percepción. En el lenguaje ordinario, no es una cuestión fundamental que una palabra tenga diferentes significados, porque a menudo es el contexto y ciertas circunstancias las que finalmente determinan el

significado de una palabra. Tanto es así que las personas a menudo se entienden, aunque usen la palabra incorrectamente. En cambio, en los lenguajes científico-técnicos es un fastidio que una palabra tenga múltiples significados, todo dependiendo del momento y contexto de uso. Una característica fundamental de un artículo científico es que pretende crear un lenguaje tan claro. En la medida de lo posible: es decir, pretende crear representaciones lo más generales y plausibles del fenómeno que pretende describir como posible. El objetivo de esta teoría es orientar a las personas con respecto a la Percepción y sus funciones, que pueden incluir este término. Lo que buscamos es que las personas puedan dar su punto de vista, sustentado y fundamentado, con el cual puedan captar o interpretar a través de una imagen o la recepción de un mensaje dado por personas con el conocimiento necesario del tema. Se propone limitar las funciones relacionadas con el comportamiento humano debido a que cada persona pueda comprender y defender su punto de vista, de tal forma que pueda refutar con cualquier argumento o información que encuentre sobre el tema en cuestión. El lenguaje ordinario y el científico y técnico tienen diferentes significados. La palabra común puede ajustarse, incluso acostumbrarse, según el contexto que presente. Tanto es así que el uso de una palabrota hace posible que las personas entiendan el mensaje que estás tratando de comunicar. Por otro lado, desde una perspectiva científica, es más técnica con sus significados porque algunas personas no pueden captar fácilmente lo que el comunicador está tratando de decir. Lo que estamos buscando es una descripción de los temas que se tratarán a lo largo. (pág. 09-14)

2.4 Marco conceptual

Periodismo

- Actividad profesional que consiste en la obtención, interpretación, tratamiento. Por otro lado, se busca la difusión de información a través del medio escrito, oral, visual o gráfica. También, se quiere transmitir un mensaje claro a la población sobre un tema en específico. RAE (2021)

Percepción

- Sensación interior que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales. Se busca captar la atención del público desde el primer momento de presentar un material. Por otro lado, se crea una impresión inconsciente o consciente de la realidad. RAE (2021)

Remuneración

- Es lo que se recibe de forma periódica a un trabajar tras realizar un trabajo en un tiempo determinado para una persona o empresa que cuenta con sus servicios. Con dicha forma, el empleado se beneficia por contribuir su hora y esfuerzo. De la misma manera que se puede ver traducida con aportación económica. RAE (2021).

Deportivo

- Conjunto de instalaciones destinado a la práctica de diversos deportes. Con disciplina y valores, preparando a deportistas para competencias nacionales e

internacionales. Por otro lado, están bajo la atenta mirada de entrenadores profesionales que los ayudarán con su crecimiento. RAE (2021)

Periodismo Deportivo

- Es una de las ramas del periodismo dentro de las ciencias de comunicación social en la que su principal función es informar, sobre los temas deportivos y sus competiciones. También, conocer a representantes de las diversas categorías para una mejor información. Está relacionado a un público específico. RAE (2021)

Información

- Conjunto de ideas o datos que constituyen un mensaje sobre un tema determinado. Se busca dar datos y sustentaciones para defender un punto de vista sobre un suceso presentado. RAE (2021)
- Información es el nombre que se le da a un conjunto organizado conocido de datos procesados que constituye un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que lo recibe. RAE (2021)

Estimación salarial

- Cantidad de dinero que ofrece una empresa a sus trabajadores por un tiempo determinado. Se busca pagar por los servicios de la persona a cambio de un trabajo. Algunas empresas ofrecen una cantidad determinada por la experiencia o conocimiento que viene mostrando una persona en un puesto. RAE (2021)

Influencia

- Persona con cierta capacidad para poder ejercer un control sobre un grupo determinado. La influencia que se viene mostrando en la sociedad puede contribuir al desarrollo de la inteligencia, comportamiento y personalidad de las personas. Por otro lado, algunas veces se muestra influencias negativas y eso crearía un mal desempeño o actitudes de un individuo. RAE (2021)

Concepto

- Se obtiene a través de las experiencias o sucesos que la persona va acumulando con el pasar del tiempo. También, son abstracciones de elementos fortuitos, de propiedades no esenciales que se ve reflejado en las relaciones y caracteres esenciales, decisivos y fundamentales para un ser humano. RAE (2021)

Estudiante

- Se puede usar como sustantivo masculino o femenino que va realizado al aprendizaje dentro de un periodo académico y que es ocupado como su principal función es estudiar y aprender sobre distintas materias o ramas de la ciencia, o cualquier área en donde se pueda aprender y desempeñar. RAE (2021)

III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Hipotesis de Investigacion

3.1.1 Hipotesis general

- Existe la percepcion del Periodismo Deportivo de los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021

3.1.2 Hipotesis especificas

- Precisar la percepcion que tienen sobre el Periodismo Deportivo los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.
- El conocimiento sobre la expectativa salarial del Periodista Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.
- Identificar la influencia del Periodismo Deportivo en los estudiantes del IX ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2021.

3.2 Variables de investigacion

3.2.1 Definicion conceptual

- **Periodismo deportivo:** El Periodismo deportivo es la rama del periodismo dentro de las ciencias de la comunicacion social que informa, principalmente,

sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Por otro lado, se enfoca en informar noticias y eventos deportivos amateurs y profesionales. Los reporteros deportivos trabajan en todos los medios, como la prensa escrita, la televisión e Internet. Si eres fanático de los deportes y quieres seguir una carrera en el periodismo, sigue leyendo para descubrir qué puedes hacer como reportero deportivo.

Percepción: La percepción es un mecanismo individual que realizan los humanos, que incluye recibir, interpretar y comprender señales del mundo exterior y codificarlas a partir de la actividad sensorial. Se trata de una cadena de datos que el cuerpo percibe como información en bruto que adquirirá significado tras un proceso cognitivo que también forma parte de la propia percepción. Es la forma en que el cerebro interpreta las sensaciones que recibe a través de sus sentidos para formar una impresión inconsciente o consciente de la realidad física que lo rodea.

3.2.2 Definición operacional

Periodismo Deportivo

El estudio tomará de base el conocimiento de los estudiantes del 9no ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, obteniendo mediante un instrumento de recolección de datos (encuestas) sobre el conocimiento deportivo, información y perspectiva.

Categorías:

Para este proyecto de investigación se dividirá en diferentes categorías para conocer sobre el salario del periodista y sobre la conformidad de las diferentes preguntas que se mostrarán en la encuesta.

Nivel de salario

- S/0.00 – S/1.500
- S/1.500 – S/ 2.000
- S/2.000 – S/2.500
- S/2.500 – S/3.000
- S/3.000 – S/3.5000

Nivel de conformidad

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Percepción

El estudio tomará de base el conocimiento de los estudiantes del 9no ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, obteniendo mediante un instrumento de recolección de datos (encuestas) sobre la percepción de los temas a tratar.

Categorías:

Para este proyecto de investigación se dividirá en diferentes categorías para conocer sobre la percepción a través de las preguntas que se mostrarán en la encuesta.

Nivel de conformidad

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.3.1 Tipo de investigación

- El presente trabajo de investigación presenta un estudio observacional, descriptivo, transversal y prospectivo.
- Según el investigador buscará el control de variables, es un estudio observacional, ya que el investigador no podrá intervenir en el proyecto.
- Según la cantidad de variable, es un estudio descriptivo, por lo que se describirá la perspectiva de los estudiantes.
- Según el número de mediciones de variables, es un estudio transversal, porque solo se analizará en una sola ocasión.

- Según el tiempo de capta la información, es un estudio prospectivo, porque será recogido por el mismo investigador del proyecto.

3.3.2 Nivel de investigación

- Barnet-López S, Arbonés-García M, Pérez-Testor S, Guerra-Balic M. (2017)
Es un proyecto descriptivo porque se dan observaciones sobre un determinado tema y desde ese punto se puede llevar a varias conclusiones y así poder dar puntos específicos de lo que se quiere buscar. Se busca llegar a una respuesta final para darle solución al tema investigado. Sin embargo, durante el proceso, irá apareciendo más dudas o incomodidades sobre el tema a tratar. La idea es dejar una solución y que parezca lo más claro posible. También, se busca dejar como ayuda a las futuras investigaciones o temas similares sobre el tema.

3.3.3 Diseño de investigación

- Tiapanco HDH (2016) El diseño de investigación es no experimental y se basa en las diferentes categorías, conceptos, variables o contextos que se puedan presentar en el proyecto de investigación. Por otro lado, el diseño mencionado da observaciones ya existentes y solo se busca reforzar lo establecido por otros investigadores. También, se requiere las armas necesarias para poder llegar a una conclusión y pueda ser de aporte para otros investigadores. La idea es aportar para las futuras generaciones y sus ganas de investigar sobre el tema.
(p.31-91)

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

- Población: El estudio se realizará en la Universidad Jaime Bausate y Meza, en el distrito de Jesús María, Lima-Perú, en los estudiantes del 9no ciclo en periodo 2021-1, siendo en total de 142 alumnos.

3.4.2 Muestra

- Muestra: La muestra está compuesta por 115 alumnos, cálculo que se obtendrá mediante la fórmula de la población finita (proporción).

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 130 * 0.5 * 0.5}{(0.04)^2 * (249) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 115$$

$$(0.04)^2 * (249) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5$$

n = tamaño de la muestra buscada = 115

N = población total = 142

Z² = 1.96² (nivel de confianza del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 50%, que equivale al 0.5)

q = 1-p (en este caso es 1-0.5 = 0.5)

e = precisión (en este caso deseamos un 4%, que sería el 0.04)

3.4.3 Muestreo

- El muestreo y población serán los alumnos del 9no ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

3.5. Métodos de investigación

- El método de la investigación expuesta es cuantitativo porque explica el conocimiento que tienen las personas para opinar o hablar de los diferentes deportes que puedan existir. También, se busca que las personas tengan su propio pensamiento o crítica hacia los diferentes temas que puedan surgir.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

- Para este proyecto de investigación se utilizará encuestas a los estudiantes del 9no ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

3.6.1 Técnicas

- La técnica que usare será a través de una encuesta.

3.6.2 Instrumentos (confiabilidad y validez)

- La validez y aprobación del cuestionario se realizará mediante un juicio de expertos.

3.7. Técnicas de procesamiento de datos

- Para el proceso de información se utilizará Google Formularios y las encuestas para su respectivo llenado.

V. Resultados

Orientación sexual de las personas encuestadas.

En el cuadro 1, en total fueron 100 personas que respondieron dicha encuesta y el 54% fueron mujeres y 46% varones. La opción "otros" no registraron una respuesta.

¿Tiene un amplio conocimiento de las diferentes disciplinas deportivas?

Al momento de analizar la primera pregunta sobre si tienen un amplio conocimiento de las diferentes disciplinas deportivas; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 54% aseguraron que "Sí" consideran lo planteado en la pregunta. De igual manera, el 46% respondió que "No". (Cuadro 2)

¿Cuántos son las disciplinas deportivas que conoces?

Cuando se analizó el cuadro 3, sobre la pregunta sobre cuántas disciplinas conoces; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 11% aseguraron que solo saben de 0-2 deportes. De igual manera, el 31% aseguraron que solo saben de 2-4 deportes. Asimismo, el 31% marcaron que conocen entre 6-8 deportes. Finalmente, el 27% tiene conocimiento de 8 a más deportes.

¿Cree que la prensa deportiva del Perú se centra solamente en fútbol?

Analizando el cuadro 4, sobre si la prensa deportiva del Perú se centra solamente en el fútbol; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 83% marcaron que "SI" sobre la pregunta formulada. Por otro lado, el 11% respondió que "NO". Finalmente, el 6% selecciono la opción Tal vez.

¿Cree que el periodismo deportivo está bien valorado en el Perú?

Observando las respuestas sobre la pregunta si cree que el periodismo deportivo está bien valorado en el Perú; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 77% respondieron que "NO" a la pregunta formulada. Por su parte, el 23% respondió que "SI". (Cuadro 5)

¿Cuánto cree que puede ganar un periodista deportivo?

En la siguiente pregunta sobre cuánto cree que puede ganar un periodista deportivo; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 7% marcó entre S/0.00 – S/1.500. Por otro lado, el 30% aseguraron que ganan entre S/1.500 – S/2.000. Por su parte, el 25% se decidió por la opción de S/2.000 – S/2.500. De igual manera, el 26% optó por marcar entre S/2.500 – S/3.000. Finalmente, el 12% decidió por la opción de S/3.000 – S/3.500. (Cuadro 6)

¿Influye los comentarios de los periodistas especializados en tu opinión?

Luego de detallar el cuadro 7, sobre la influencia de los comentarios de los periodistas especializados en la opinión de las personas; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 7% marcó la alternativa Nunca. Por otro lado, el 19% optó por marcar

Casi Nunca. Por su parte, el 55% decidió la opción A veces. De igual manera, el 12% se inclinó por Casi Siempre. Finalmente, el 7% fue por la opción Siempre.

¿Cree que la información brindada por los medios de comunicación sobre las disciplinas deportivas es la adecuada?

Tras considerar los resultados sobre si la información brindada por los medios de comunicación sobre las disciplinas deportivas son las adecuadas; se puede apreciar que los 100 encuestados, el 65% marcaron que Sí sobre la pregunta formulada. Por otro lado, el 35% respondió que No. (Cuadro 8)

¿Cree que las imágenes son fundamentales para describir o explicar una disciplina?

En el cuadro 9, sobre si las imágenes son fundamentales para describir o explicar una disciplina deportiva; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 72% marcaron que Sí sobre la pregunta formulada. Por otro lado, el 6% respondió que No. Finalmente, el 22% selecciono la opción Tal Vez.

¿En qué red social encuentra más información sobre las diversas disciplinas deportivas?

Luego de observar los resultados del cuadro 10, sobre en qué red social encuentra más información sobre las disciplinas deportivas; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 38% marcó la opción Facebook. Por otro lado, el 21% aseguraron que en Twitter encontraban sobre la pregunta formulada. Por su parte, el 16% selecciono

Google. De igual manera, el 18% optó por marcar Instagram. Finalmente, el 7% se inclinó por YouTube.

¿Cree que los periodistas deportivos son objetivos?

Cuando se analizó sobre si cree que los periodistas deportivos son objetivos; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 56% marcaron que "SI" sobre la pregunta formulada. Por otro lado, el 44% respondió que "NO". (Cuadro 11)

¿La información brindada por los Periodistas Deportivos generan cambios de comportamiento en los lectores?

Analizando el cuadro 12, sobre si la información brindada por los Periodistas Deportivos genera cambios de comportamientos en los lectores; se puede apreciar que de los 100 encuestados, el 74% marcaron que "SI" sobre la pregunta formulada. Por otro lado, el 26% respondió que "NO".

VI. Discusión

En nuestra investigación se halló que los estudiantes de la Universidad Jaime Bausate y Meza ante la influencia de alguien especializado los haga de cambiar su opinión a la hora de comentar sobre un tema (Nunca 7%, Casi Nunca 19%, A veces 55%, Casi Siempre 12% y Siempre 7%) dicho resultado tiene similitud con un estudio realizado por Iparraguirre, A. (2018) *Información Deportiva y Comportamiento de los estudiantes de quinto de secundaria de los colegios de Bellavista-Callao 2018* (Nunca

5%, Casi Nunca 14%, A veces 55%, Casi Siempre 6% y Siempre 20%)⁹, ya que se pudo comprobar que existe una influencia con respecto a sus opiniones.

En el mismo estudio, se pudo evidenciar que solamente el 35% de encuestados creen que los periodistas especializados no son muy objetivos a la hora de informar sobre un tema específico, lo cual discrepa de nuestro estudio dónde se halló un 56%. Este aumento se debe que existe varios periodistas que no son muy claro a la hora de comentar sobre una acción u comportamiento de los futbolistas, equipos o desempeño de los deportistas en el Perú porque la opinión no muy clara en los temas.

Según las encuestas realizadas a nuestra población, para este trabajo, podemos encontrar que un 35% de los estudiantes (varones y mujeres) están conformes con los medios de comunicación informan de manera adecuada sobre las diversas disciplinas deportivas, esto se discrepa con las investigaciones hechas en Argentina por Chevenet, A. en el 2018 en el trabajo de *El periodismo deportivo y las TICS: el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística*. (Tesis para optar el título profesional de Periodismo), dónde se encontró un 55%. La diferencia de los porcentajes se debe a que los medios se centran en sus deportes favoritos de los lectores y no, en general.

Encontramos que la mayoría de países solo se centran en el fútbol (83%), esto reflejó una similitud con respecto al estudio en la tesis: *“El reto informativo en tecnologías para el periodismo deportivo”* de Sandra, M. en el año 2021 realizado en Maracaibo – Venezuela donde obtuvo un 70%. Esta semejanza se debe a que la mayoría de

canales televisivos, diarios, etc., hablan y publican información sobre el "Deporte Rey", dándole poca cavidad a los demás deportes.

Los resultados hallados en nuestra investigación, demuestran que después de aplicar la encuesta a los estudiantes se pudo evidenciar sobre el cuanto puede ganar un periodista deportivo (7% seleccionó la opción de S/0.000 – S/1.500, 30% marcó S/1.500 – S/2.000, 25% se inclinó por S/2.000 – S/2.500, 26% anotó por S/2.500 – S/3.000 y el 12% fue por la última alternativa de S/3.000 – S/3.500), los cuales se alejan de los estudios encontrados en la tesis: "El negocio del periodismo deportivo" de Pérez, I. en la Universidad de los Hemisferios, Quito, Ecuador, dónde se reflejó los resultados (5% de S/0.000 – S/1.500, 15% marcó S/1.500 – S/2.000, 10% fue por S/2.000 – S/2.500, 50% anotó por S/2.500 – S/3.000 y el 20% S/3.000 – S/3.500), respectivamente. Los porcentajes y el valor se alejan por el cambio de moneda en dicho país, ya que se pudo comprobar que las cantidades son casi parecidas, también se aseguró de poner las cantidades y realidad del Perú.

Los autores antes mencionados consideran que es muy importante brindar una información detallada y comprensible de las diversas disciplinas deportivas y no solo saber las reglas de un solo deporte, así se puede evitar crear periodistas con poco conocimiento en los deportes no muy comunes, ya que se evidenció que después de hacer la encuesta se logró saber con detalle que los alumnos y periodistas reconocidos se centran solamente en el fútbol.

La limitación de esta investigación es por el poco conocimiento que tienen las personas sobre la existencia de las disciplinas deportivas en nuestro país, también la comparación y correlación que hay con otros estudios acerca de este tipo de problemas. El nivel mostrado por dichos trabajos, demostraron su efectividad y se debería enseñar o explicar sobre los diferentes deportes que nos rodean. Así se podrá sacar mejores profesionales y estar preparados para cualquier evento. También, se debería darle un mejor valor a los periodistas deportivos que se encargan de dar un buen producto a las personas.

Las limitaciones fueron superadas con la búsqueda de nuestro tema y estudio en las fuentes bibliográficas nacionales e internacionales, ya que se pudieron reflejar un mejor alcance de la información requerida. El propósito de nuestra investigación de dirigirnos a los estudiantes sobre las disciplinas deportivas, brindar cuanto puede ganar un periodista con mayor conocimiento sobre otros deportes y, a su vez, demostrar que solo se centran en el fútbol, por otro lado, nuestra investigación sea útil para las futuras generaciones que decidan abordar este tipo de tema.

VII. Conclusión

- La intervención educativa realizada para medir el conocimiento y la información sobre el valor dado al periodista peruano en los estudiantes de la Universidad Jaime Bausate y Meza fue efectiva, ya que se pudo comprobar mediante las encuestadas que tienen un conocimiento adecuado sobre lo que sucede en el periodismo deportivo.

- La participación de los estudiantes encuestados en el estudio fue importante, porque así se demostró que, mediante los diarios u otra plataforma, se focalizan más en el fútbol y no son bien remunerados. Toda la información recopilada es realmente útil, porque se pudo tomar de base el poco conocimiento sobre las demás disciplinas deportivas.
- Los resultados arrojados por las encuestas indican que los estudiantes de la Universidad Jaime Bausate y Meza tienen una expectativa salarial moderada con respecto al periodismo deportivo. Lo que provocaría que los alumnos sigan inclinados por esta rama.
- Los estudiantes no están interesados en aprender, comunicar e informar sobre todas las disciplinas deportivas. En general, el desconocimiento del público hace que solo se puedan centrar en el fútbol y pocas veces en el vóley.
- El periodismo deportivo dedica más tiempo y espacio a los eventos futbolísticos dejando de lado a los demás deportes. Por el simple hecho que genera mayor ganancia y capta una mayor atención.
- La influencia de los periodistas deportivos haría que los estudiantes cambien sus pensamientos o comentarios sobre respectivos temas deportivos. Los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza prefieren escuchar a un experto para poder dar su punto de vista en un tema de conversación.

- Los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza manifestaron que el uso de imágenes, videos, infografías, etc. ayudan a comprender las explicaciones de las disciplinas deportivas y sus respectivas reglas.
- Los resultados mostrados por las encuestas con respecto a la información que contiene las redes sociales señalaron que Facebook es la más utilizada por los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza para estar actualizado de las noticias deportiva. Seguido por Twitter y Google.

BIBLIOGRAFÍA

- Langa Nuño C, Reig R (Dir. Claves de la historia del periodismo. La dinámica periodística Perspectiva Contexto métodos y técnicas [Internet]. 2010;9–62. Available from: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4771846>
- González Ruiz N. El periodismo como historia. Rev Nac Educ. 1950;14–33.
- F KGe. Breve Historia del Periodismo. Angew Chemie Int Ed 6(11), 951–952. 1967;4–18.
- Franklin B. The Future of Journalism. Journal Stud [Internet]. 2014 Sep 3;15(5):481–99. Available from: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2014.930254>
- Robledo-Dioses K. Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. ComHumanitas Revista científica Comun [Internet]. 2017;8(1):1–27. Available from: <https://goo.gl/49jtqy>
- Historia del periodismo deportivo: de los orígenes a la actualidad [Internet]. Available from: <https://enharmoniampmt.wordpress.com/2014/11/20/breve-historia-del-jazz-de-los-origenes-a-la-actualidad/>
- Apesteagua L, Pina J. Y Perspectivas De Futuro. 2013;(xx):6–11.
- González R. Periodismo deportivo y futbol. Una mirada desde la literatura académica. Rev Iberoam Comun [Internet]. 2018;(March). Available from: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=89b5b81d-e970-4a8c-9e32-4e4d88a182d0%40sessionmgr4007>
- Andy Joel Iparraguirre Saavedra. "Información deportiva y su comportamiento de los estudiantes de quinto de secundaria de los colegios de Bellavista-Callao, 2018. " Qual Control Kaoru Ishikawa. 2010;10.
- Pahuacho Portella AR. Approximation to studies on Peruvian soccer and

communication: Printed press, radio and television. Rev Comun. 2018;17(1):114–32.

Morales Guevara LM. Banalización en el periodismo deportivo en el Perú: responsabilidad e influencia de los centros de formación para periodistas. 2017.

Fernández M. Rol De La Mujer En El Periodismo Deportivo Canal Cmd. Universidad Jaime Bausate y Meza [Internet]. 2015; Available from: <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/43>

Castañeda GEC. La influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo según los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza. 2016;

Chevenet AA. El periodismo deportivo y las TICS: el rol de la imagen en el tratamiento de la información periodística. 2017;

Méndez Muros S. El reto formativo en tecnologías para el periodismo deportivo. Opcion. 2015; 31:449–67.

Pérez S. El negocio del periodismo deportivo. Razón y Palabra. 2009;14(69):49.

Manfredi Sánchez JL, Rojas Torrijos JL, Herranz de La Casa JM. Periodismo emprendedor: El periodismo deportivo en España. Rev Lat Comun Soc. 2015; 70:69–90.

Molina J. Periodismo deportivo 3.0. Razón y Palabra [Internet]. 2009;14(69):1–52. Available from: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3102694>

Rojas Torrijos JL. Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Corresp Análisis. 2014;192(4):177–90.

Peschiera Chanamé L. El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. Corresp Análisis. 2016;196(6):185–96.

Periodismo Deportivo: Información o espectáculo. 1390

Restrepo JD. La objetividad periodística. Rev Chasqui. 2001;

Características del periodista deportivo.

Hidalgo L, Hidalgo AL. El análisis: ¿un género periodístico? 2003;

Ludovico W. Derecho a la comunicación y a comunicar. 2015;75.

Fernández PG. Una Nueva Metodología Para Transformar El Periodismo. 1993;

Salazar Herrera RM. Hacia un periodismo especializado ágil y creativo: la experiencia de la revista de transportes Señales. 2003;52. Available from: https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/Human/Salazar_HR/Contenido.htm

Pena de Oliveira F. Teoría del periodismo [Internet]. 2011. 244 p. Available from: <http://m.casadellibro.com/libro-teoria-del-periodismo/9788496082298/1083230>

Barragán A. Ética Del Periodista: Formación Y Práctica. REencuentro Análisis Probl Univ. 2007;(49):37–42.

Jiménez DFL. La vocación periodística. Un llamado al ser social. Los Hemisferios [Internet]. 2006;9(2):91–100. Available from: <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/handle/123456789/456>

Santillán R. El lenguaje en el periodismo de opinión. Vol. 0, Comunicación y Medios. 2011.

Oliva Marañón C. Lenguaje deportivo y comunicación social: prototipo coetáneo de masas. Rev Comun la SEECI. 2012;0(28):11.

López A. Periodismo Deportivo I: Cuaderno de cátedra. 1390. شماره 8 ; ص 99-117.

Ramón W. Deporte Globalizado/Deporte en la globalización. 1390. (página 99-117)

Salaverría R. Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. 2019;(January).

Garc MB, Educaci M, Bernardino PC, Juan D. Mercantilización y género en el deporte. 70:8–14.

Fundamentos Teóricos y aplicación práctica de la toma de decisiones en el deporte. [Theoretical principles and practical applications of decision-taking in sport]. E-Balonmano.com Rev Ciencias del Deport. 2010;6(2):101–10.

Garcés Carracedo J, Soto Rodríguez A. Fundamentos teóricos-metodológicos de la Actividad Física y el Deporte Adaptado a la diversidad poblacional. Olimp Publicación científica la Fac Cult física la Univ Granma. 2010;7(24):39–46.

Hernando Cuadrado L. Comunicación y lenguaje en el periodismo escrito. Didact (Lengua y Lit. 1994;6(6):145–60.

Campbell F. Periodismo Escrito. 2002;295.

Márquez MB. Capítulo XI Periodismo gráfico y fotoperiodismo.

Díaz C. Periodismo Gráfico del siglo xx. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. 1967.

Curso C, Cerezo PD, Rep E. PERIODISMO RADIAL Curso N° 2. 2:1–41.

Lilian Román Lévano. Periodismo Radial I. Periodos / Jaime Bausate y Meza [Internet]. 2003; 1:101. Available from: https://www.academia.edu/27960881/Libro_Periodismo_Radial_I.pdf

Morales Blanco E. El periodismo televisivo, las fuentes periodísticas y la comunicación por redes sociales en el noticiero de televisión. Análisis. 2016;(6):141–61.

Manfredi A. Escribir para televisión. La imagen manda. La dinámica periodística Perspect Context métodos y técnicas [Internet]. 2010;129–45. Available from: <https://idus.us.es/handle/11441/74192;jsessionid=459795085E0D581FCC58451E00A63CA5?>

Gómez-Escalonilla Moreno G. Periodismo digital: nuevas exigencias para el profesional de la información. *Redes.com Rev Estud para el Desarrollo Soc. la Común*. 2004;(1):61–72.

Oliva C. El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta Rev Ciencias Soc*. 2014;(61):1–30.

Delannoy L. La percepción. *Neuroartes*. 2019;67–218.

Zepeda M. Percepción del periodista deportivo. :79–93.

Departamento de psicología de la Salud. Sensación Y Percepción. Univ Alicant [Internet]. 2009;1–30. Available from: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12917/3/Tema_3_Sensación_y_Percepción.pdf

Correa F, Agila D, Pulmarín J, Palacios W. Sensación y percepción en la construcción del conocimiento. *Sophia, Colección Filo la Educ [Internet]*. 2015;13(13):123–49. Available from: <https://books.google.com.ec/books?id=iIiU7qcQy4oC&pg=PA257&lpg=PA257&dq=la+percepción+es+una+competencia+especial+de+la+conciencia,+se+trata+incluso+de+su+capacidad+por+autonomasia”&source=bl&ots=v7xMbEA9oA&sig=ACfU3U0vDznmyklH36T38z91DfJOQGg%0Ahttp://bvi>

Sánchez NI. Sensación y percepción: una revisión conceptual. Ediciones Univ Coop Colombia [Internet]. 2019; 12:1–31. Available from: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/15739>

Quijano M. La percepción y los órganos de los sentidos. *Revista la Facultad de Med*. 2001;44(001):3–4.

Fabro C. Percepción, Atención y Memoria. 2015;1–20. Available from: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9479/1/Apuntes_percep

cion_atencion_memoria_2015.pdf

Oviedo G. La Definición Del Concepto De Percepción En Psicología Con Base En La Teoría Gestalt. *Rev Study Soc* [Internet]. 2004;18(18):89–96. Available from: <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>

Puig WR, Batista IG, López JCD. Factores que influyen en la percepción de las series imagenológicas. *Rev. Cuba Educación Medica Super.* 2012;26(3):419–24.

Arias Castilla C. Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes Pedagógicos* [Internet]. 2006;8(1):9–22. Available from: <https://revistas.iberamericana.edu.co/index.php/rhpedagogicos/article/view/590>

Análisis instrumental de la imagen en movimiento: ritmo, sinceráis. :63–79.

Pineda-Espejel A, López-Walle J, Tomás I. Factores situacionales y disposicionales como predictores de la ansiedad y autoconfianza precompetitiva en deportistas universitarios. *Psicología del Deporte.* 2015;15(2):55–70.

Palmi Guerrero J. La percepción: enfoque funcional de la visión. *Apunté Educación física y Deporte.* 2007;2007(88):81–5.

Luna Martinez MC, Gutierrez Gomez MC, 1020795025, 1032487456, mariacamilag1996@hotmail.com. Percepción de la psicología del deporte. Aproximación desde narrativas de deportistas profesionales. 2018;1–145. Available from: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/39212>

Introducción al estudio de la Percepción. :1-23.

Departamento de Psicología de la Salud. Sensación, percepción y atención. *Psicol Basica* [Internet]. 2007;1–30. Available from: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4298/1/TEMA_1_INTRODUCCION_A_LA_PSICOLOGÍA.pdf

Peter R. Percepción y perspectiva: vicios e inversiones de nuestra visión de la realidad humana y de sus valores debido a la percepción y sus alteraciones. Correlatos [Internet]. 2018;1(1):69–82. Available from: https://www.upaep.mx/templates/cefas/docs/03_percepcion_perspectiva.pdf

Hernández-castro PDF. (ingredients) percepción. 2016;

Bolán A, Junquet M, Pais V, Puyó J. Teoria De La Gestalt. Univ Palermo [Internet]. 2015;11. Available from: <https://www.mendeley.com/viewer/?fileId=3c0392a1-8567-43c5-5e96-14deed54675c&documentId=d9f9d4e7-9990-3b40-8144-024eaacd4beb>

Roca Balasch J. Percepción: usos y teorías. Apunt Educ física y Deport. 1991;3(25):09–14.

Angulo L. Periodismo Deportivo. Sports Journalism. Soccer is king. 2016;10–26.

Barnet-Lopez S, Arbonés-Garcia M, Pérez-Testor S, Guerra-Balic M. Construcción Del Registro De Observación Para El Análisis Del Movimiento Fundamentado En La Teoría De Laban. Pensar en Mov Rev Ciencias del Ejerc y la Salud. 2017;15(2):27334.

Tlapanco HDH. Experimentos en una ciencia no experimental. Investig Econ. 2016;75(295):31–91.

Nombre de la variable	Tipo de Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición	Unidades de medida
Periodismo Deportivo	Cuantitativo	Grado de conocimiento de los estudiantes del 9no ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza sobre las diferentes disciplinas deportivas.	Conocimientos de los deportes.	Encuesta	Ordinal	Nivel de conformidad Nunca / Casi nunca / A veces / Casi siempre / Siempre
	Cuantitativo		Influencia en el estudiante.	Encuesta	Ordinal	Nivel de conformidad Nunca / Casi nunca / A veces / Casi siempre / Siempre
	Cuantitativo		Estimación del salario.	Encuesta	Ordinal	Nivel de salario S/0.00 – S/1.500 S/1.500 – S/ 2.000 S/2.000 – S/2.500 S/2.500 – S/3.000 S/3.000 – S/3.5000
Percepción	Cuantitativo	Grado de percepción de los estudiantes del 9no ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.	Percepción de salario.	Encuesta	Ordinal	Nivel de salario S/0.00 – S/1.500 S/1.500 – S/ 2.000 S/2.000 – S/2.500 S/2.500 – S/3.000
	Cuantitativo		Percepciones sensoriales.	Encuesta	Ordinal	Nivel de conformidad Nunca / Casi nunca / A veces / Casi siempre / Siempre
	Cuantitativo		Percepción de conocimientos.	Encuesta	Ordinal	Nivel de conformidad Nunca / Casi nunca / A veces / Casi siempre / Siempre

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

TITULO: "PERCEPCIÓN RESPECTO AL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS ALUMNOS DEL IX CICLO DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA"

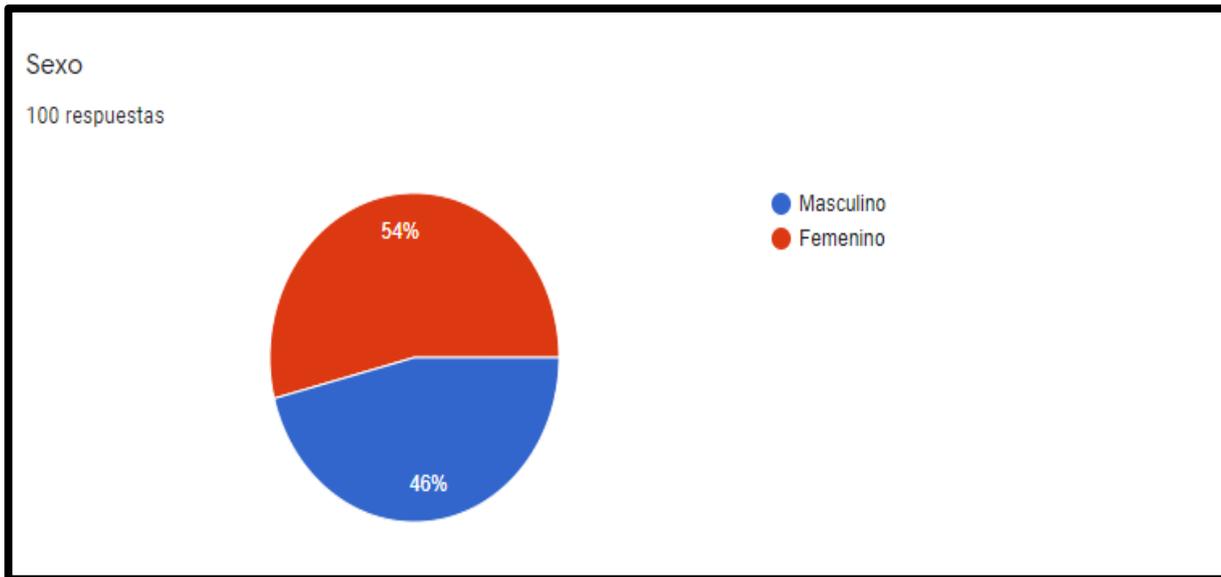
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cuál es la percepción respecto al Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>¿Cuál es el concepto que tienen sobre el Periodismo Deportivo los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza?</p> <p>¿Cuál es la estimación salarial del Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza?</p> <p>¿Cuánto influye el Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la percepción respecto al Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>Determinar el concepto que tienen sobre el Periodismo Deportivo los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.</p> <p>Calcular la estimación salarial del Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.</p> <p>Identificar cuánto influye el Periodismo Deportivo en los alumnos del IX ciclo de la facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Este proyecto de investigación no tiene hipótesis porque es descriptivo.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>Este proyecto de investigación no tiene hipótesis porque es descriptivo.</p>	<p>VI:</p> <p>Percepción</p> <p>VD:</p> <p>Periodismo Deportivo</p>	<p>VI</p> <p>Percepción del salario.</p> <p>Percepción sensorial.</p> <p>VD</p> <p>Conocimientos de los deportes.</p> <p>Influencia en el estudiante.</p> <p>Estimación del salario.</p>	<p>VI:</p> <p>Encuesta</p> <p>VD:</p> <p>Encuesta</p>	<p>ENFOQUE</p> <p>Cuantitativo</p> <p>DISEÑO</p> <p>Estudio descriptivo</p> <p>TIPO</p> <p>Estudio observacional, descriptivo, transversal y prospectivo.</p> <p>NIVEL</p> <p>Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población: 142 Muestra: 115</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>Encuestas</p> <p>ANALISIS DE DATOS</p> <p>SPSS 17.0</p>

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

CUADROS DE ENCUESTAS

Primera pregunta: Orientación sexual de las personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



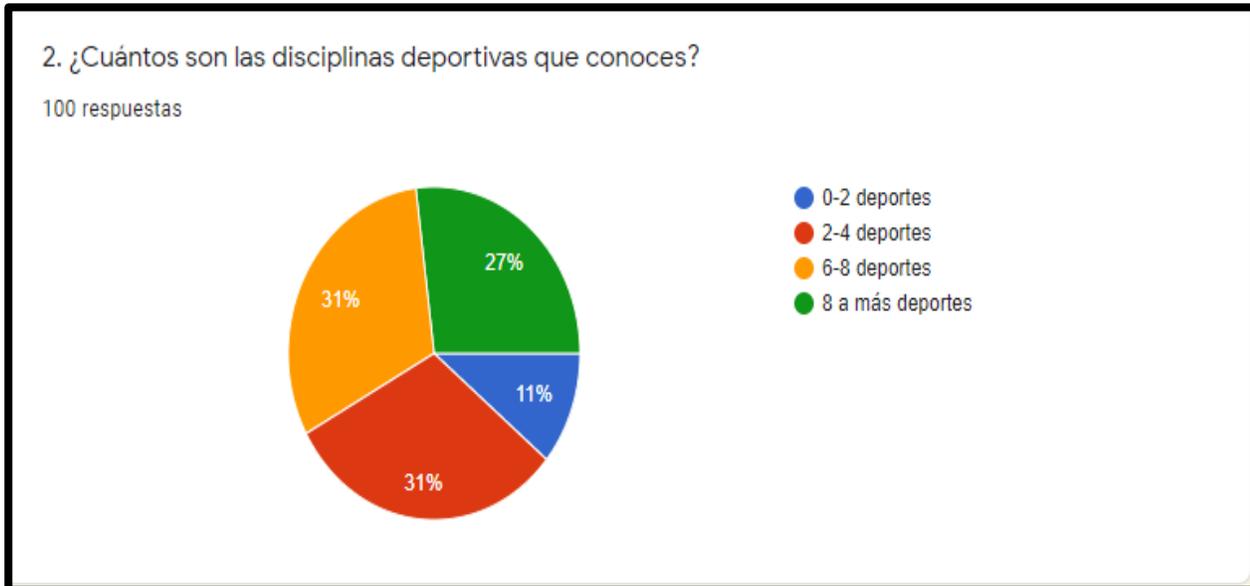
Cuadro 1. ¿Tiene un amplio conocimiento de las diferentes disciplinas deportivas?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 2. ¿Cuántos son las disciplinas deportivas que conoces?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 3. ¿Cree que la prensa deportiva del Perú se centra solamente en fútbol?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



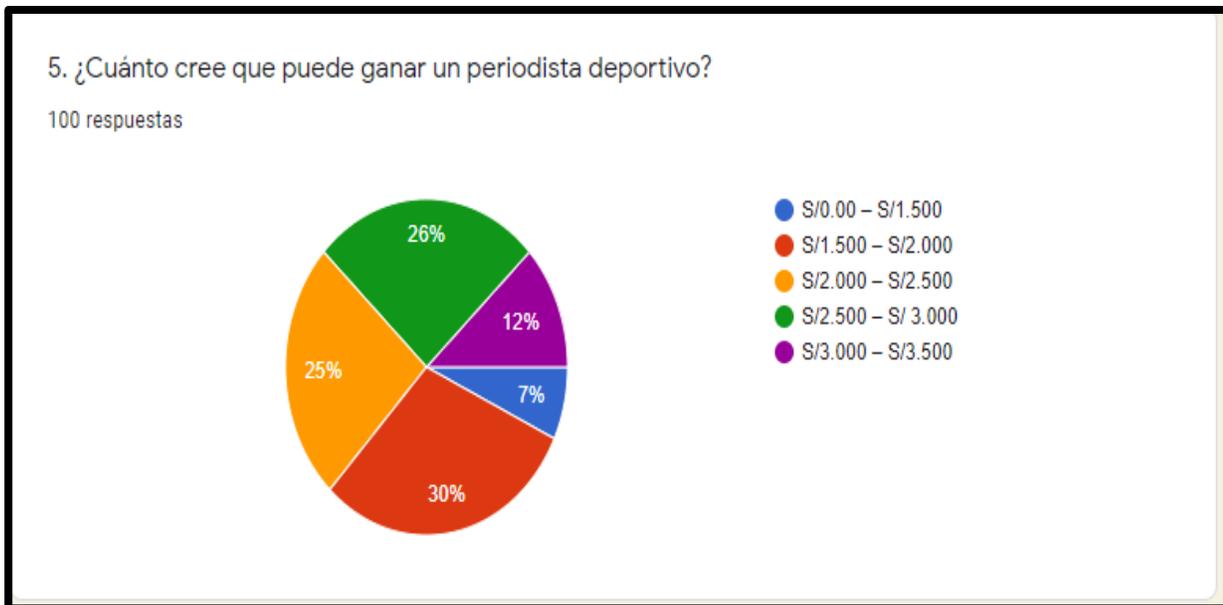
Cuadro 4. ¿Cree que el periodismo deportivo está bien valorado en el Perú?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 5. ¿Cuánto cree que puede ganar un periodista deportivo?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 6. ¿Influye los comentarios de los periodistas especializados en tu opinión?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



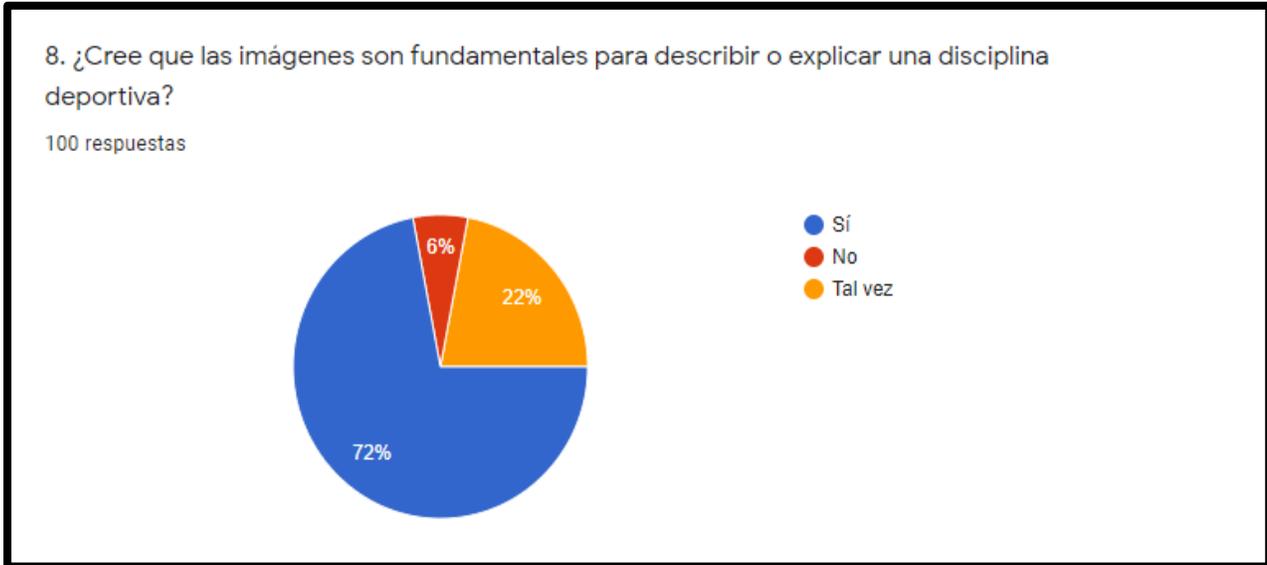
Cuadro 7. ¿Cree que la información brindada por los medios de comunicación sobre las disciplinas deportivas es la adecuada?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 8. ¿Cree que las imágenes son fundamentales para describir o explicar una disciplina deportiva?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



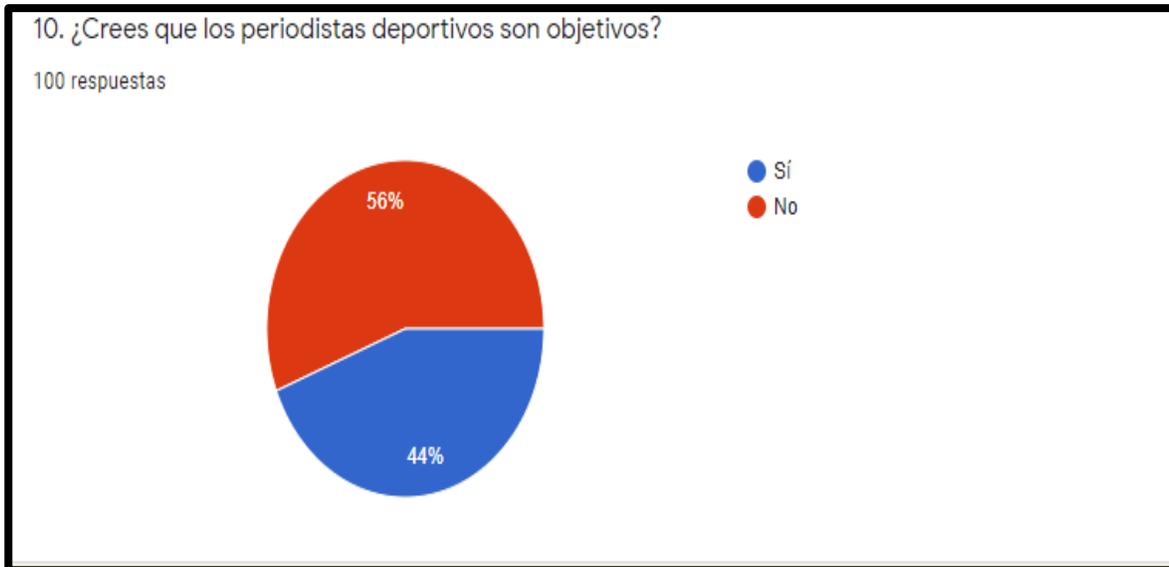
Cuadro 9. ¿En qué red social encuentra más información sobre las diversas disciplinas deportivas?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 10. ¿Cree que los periodistas deportivos son objetivos?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario



Cuadro 11. ¿La información brindada por los Periodistas Deportivos genera cambios de comportamiento en los lectores?

Fuente: Elaboración propia mediante cuestionario

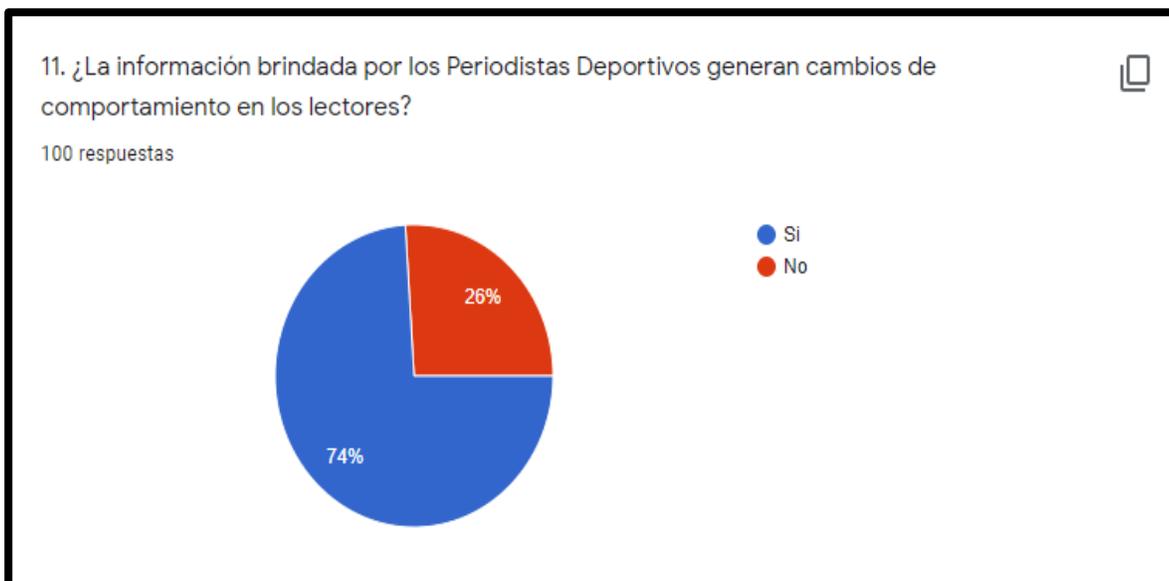
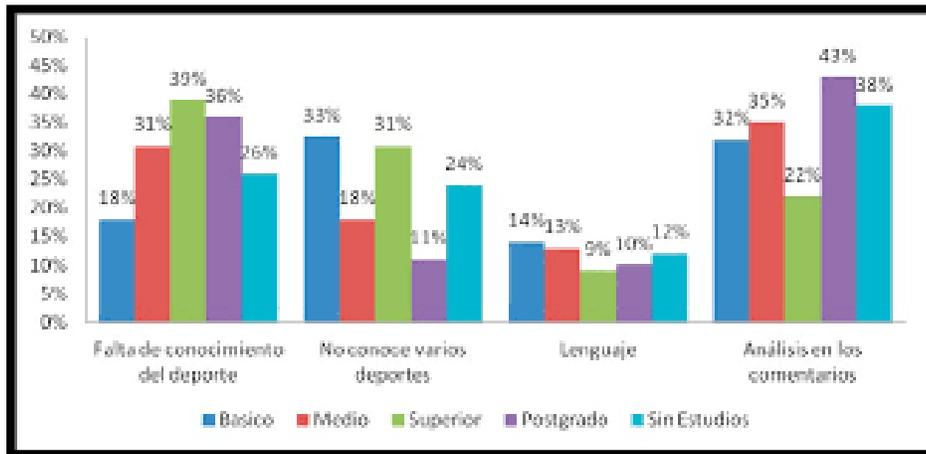


FIGURA 1: CRECIMIENTO DEL PERIODISMO DEPORTIVO



ANEXO: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Título del proyecto: "Percepción respecto al Periodismo Deportivo en los alumnos del décimo ciclo de la Facultad de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza"

<i>Encuesta sobre la Percepción del Periodismo Deportivo</i>	
1. Sexo <ul style="list-style-type: none">- Masculino- Femenino	Calificación
2. ¿Tienes un amplio conocimiento de las diferentes disciplinas deportivas? <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
3. ¿Cuántos son las disciplinas deportivas que conoces? <ul style="list-style-type: none">- 0-2 deportes- 2-4 deportes- 4-6 deportes- 6-8 deportes- 8 a más deportes	
4. ¿Cree que la prensa deportiva del Perú se centra solamente en fútbol? <ul style="list-style-type: none">- Si- No- Tal vez	
5. ¿Cree que el periodismo deportivo está bien valorado en el Perú? <ul style="list-style-type: none">- Si- No	
6. ¿Cuánto cree que puede ganar un periodista deportivo? <ul style="list-style-type: none">- S/0.00 – S/1.500- S/1.500 – S/2.000- S/2.000 – S/2.500- S/2.500 – S/3.000- S/3.000 – S/3.500	
7. ¿Influye los comentarios de los periodistas especializados en tu opinión? <ul style="list-style-type: none">- Nunca- Casi Nunca- A veces- Casi Siempre- Siempre	

<p>8. ¿Cree que la información brindada por los medios de comunicación sobre las disciplinas deportivas es la adecuada?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
<p>9. ¿Cree que las imágenes son fundamentales para describir o explicar una disciplina deportiva?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tal vez <p>10. ¿En qué red social encuentra más información sobre las diversas disciplinas deportivas?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Twitter - Google - Instagram - YouTube 	
<p>11. ¿Crees que los periodistas deportivos son objetivos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	
<p>12. ¿La información brindada por los Periodistas Deportivos generan cambios de comportamiento en los lectores?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	

Prueba de Confiabilidad y Validez de Instrumentos



FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:**
SCHUNKE ROJAS, CHRISTIAN
- 1.2 **Grado académico**
MAGISTER
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:**
Docente de la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.4 **Título de la investigación:** "PERCEPCIÓN RESPECTO AL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA, 2021"
- 1.5 **Autor del instrumento:** Carlos Eduardo Revilla Rodríguez.
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco 2. Poco 3. Regular 4. Aceptable 5. Muy aceptable

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecua al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	

6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.						X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X	
Sub Total							41
Total							41

PROMEDIO DE VALORACIÓN:41.....
OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Firma del experto
DNI09784154.....

Final del documento



FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:**
García Wong Kit, Javier Ernesto
- 1.2 **Grado académico**
Magister
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:**
Docente en Universidad de San Martín de Porres y Universidad Privada del Norte
- 1.4 **Título de la investigación:** "PERCEPCIÓN RESPECTO AL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA, 2021"
- 1.5 **Autor del instrumento:** Carlos Eduardo Revilla Rodríguez.
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco 2. Poco 3. Regular 4. Aceptable 5. Muy aceptable

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecua al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X

5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.						X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.						X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.						X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.						X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.						X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías						X
Sub Total							50
Total							50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 5
OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Muy alta

Lugar y fecha: Lima, 27 de octubre de 2021

Firma del experto
DNI: 40959549

Final del documento

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Aguilar Culquicondor Juan Carlos
 1.2 Grado académico : Magister
 1.3 Cargo e institución donde labora: Docente – Universidad Bausate y Meza
 1.4 Título de la investigación: "PERCEPCION RESPECTO AL PERIODISMO DEPORTIVO EN LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA, 2021"
 1.5 Autor del instrumento: Carlos Eduardo Revilla Rodriguez.
 1.6 Nombre del instrumento Cuestionario.
 1.7 Criterios de aplicabilidad:
 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco 2. Poco 3. Regular 4. Aceptable 5. Muy aceptable

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecua al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.				X	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Siembra nuevas pausas para la investigación y construcción de teorías					X

Sub Total				8	40
Total					48

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable para el proyecto de investigación

Lugar y fecha: Lima, 28/10/2021



.....
 Firma del experto
 DNI 09567956

Final del documento ■