

**UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**Escuela Profesional de Periodismo**



**TESIS**

*Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020*

(Para optar el título profesional de Licenciado en Periodismo)

**PRESENTADO POR:**

Alvaro Hernán Guevara Gonzales

**ASESOR (A):**

Víctor Miguel Valdez Orriaga

LIMA – PERÚ

2023

**INFORME DE SIMILITUD DE LA  
TESIS DE ALVARO HERNAN GUEVARA GONZALES**

<b>INFORME</b>	
Título de la tesis	Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020.
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Alvaro Hernan Guevara Gonzales DNI: 71918584
Asesor/a	Nombres y apellidos: Miguel Valdez Orriaga ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0001-6048-0462">https://orcid.org/0000-0001-6048-0462</a> D.N.I: 06051016
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	5 de julio de 2023
Índice de similitud	8 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez



Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 9 de enero de 2024

Prisea Vilchez Samanez  
Jefe de Vigilancia de Originalidad del  
Instituto de Investigación de la UJBM



**Dedicatoria**

La presente investigación va dirigida a mis padres, familiares y amigos que me apoyaron hasta el final. Agradezco por el apoyo incondicional con el objetivo de que pueda lograr mis metas y por estar en la dicha y en la adversidad.

**Agradecimientos**

A los profesores y profesionales que me apoyaron en la elaboración de la presente investigación.

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	iii
Agradecimientos .....	iv
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
Introducción.....	x
CAPÍTULO I .....	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	2
1.2.1 Problema general .....	2
1.2.2 Problemas específicos .....	2
1.3 Objetivos de la investigación .....	3
1.3.1 Objetivo general .....	3
1.3.2 Objetivos específicos .....	3
1.4 Justificación de la investigación .....	4
1.4.1 Teórica .....	4
1.4.2 Metodológica.....	4
1.4.3 Práctica.....	4
1.5 Delimitación de la investigación .....	5
1.5.1 Temporal .....	5
1.5.2 Espacial .....	5
1.5.3 Social.....	5

CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1    Marco histórico.....	6
2.2    Antecedentes de la investigación.....	8
2.2.1    Antecedentes nacionales .....	8
2.2.2    Antecedentes internacionales .....	10
2.3    Bases teóricas .....	12
2.3.1    Bases teóricas de las categorías .....	13
2.3.2    Bases teóricas de las subcategorías.....	14
2.4    Definición de términos básicos .....	19
CAPÍTULO III .....	21
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
3.1    Las categorías .....	21
3.1.1    Identificación de las categorías y su definición.....	21
Operacionalización de las categorías .....	23
3.2    Tipo, nivel y diseño de investigación .....	26
3.2.1    Tipo de investigación.....	26
3.2.2    Nivel de investigación.....	26
3.2.3    Diseño de investigación .....	26
3.3    Población y muestra.....	26
3.3.1    Población.....	26
3.3.2    Muestra.....	27
3.3.3    Muestreo.....	27
3.4    Métodos de investigación.....	27
3.5    Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos .....	27
3.5.1    Técnicas .....	27
3.5.2    Instrumentos (confiabilidad y validez) .....	27
3.6    Técnicas de procesamiento de datos.....	29

CAPÍTULO IV .....	30
RESULTADOS .....	30
CAPÍTULO V.....	58
DISCUSIÓN.....	58
CAPÍTULO VI .....	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	61
6.1    Conclusiones.....	61
6.2    Recomendaciones .....	62
REFERENCIAS .....	63
ANEXOS.....	68
ANEXO 1: .....	68
Matriz de consistencia .....	68
ANEXO 3: .....	70
Instrumento de recolección de datos .....	70
ANEXO 4: .....	71
Fichas de validación del instrumento/Juicio de expertos .....	71

## Resumen

La presente investigación analiza “La práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook entre los meses junio y agosto del año 2020” enfocándose principalmente en la calidad de contenido. Para ello, se seleccionó a las páginas ‘Silvio Valencia Oficial’, ‘Son Datos No Opiniones’ y ‘Todos los Hinchas’; que son páginas de la red social de Facebook con enfoque deportivo que se fortalecieron e incrementaron el contenido audiovisual durante los meses mencionados. El método de investigación empleado en la presente tesis es el cualitativo ya que se ha trabajado con datos no contables para la interpretación de la calidad del contenido que ofrecen las páginas de Facebook anteriormente mencionadas. Asimismo, para reforzar el contenido de la investigación se utilizó la ficha de observación, donde se analizó cada publicación de cada página durante 13 semanas desde el 1 de junio hasta el 31 de agosto del 2020. Uno de los resultados obtenidos arrojó una variación en la calidad de texto respecto a difusión de noticias; la página administrada por estudiantes de Periodismo mostraba mejores datos deportivos y mejor manejo de la ortografía, a diferencia de la página administrada por un periodista que lleva años de experiencia que enfoca su contenido al morbo. Este tipo de sucesos deja diferentes dudas sobre el profesionalismo y respeto a la ética periodística.

*Palabras claves:* práctica periodística deportiva, Facebook, contenido audiovisual, transmisiones deportivas

## **Abstract**

The present investigation analyzes the sports journalistic practice through the social network Facebook between the months of June and August of the year 2020, focusing mainly on the quality of content. For this, the pages 'Silvio Valencia Oficial', 'Son Datos No Opiniones' and 'Todos los Hinchas' were selected, which are pages of the Facebook social network with a sports focus that were strengthened and increased the audiovisual content during the mentioned months. The research method used in this project is qualitative, since non-accounting data has been used to interpret the quality of the content offered by the Facebook pages. Likewise, to reinforce the content of the research, the observation sheet was used, where each publication on each page was analyzed for 13 weeks from June 1 to August 31, 2020. One of the results obtained showed a variation in the text quality regarding news broadcasting; the page managed by Journalism students showed better sports data and better spelling skills, unlike the page managed by a journalist who has years of experience who focuses his content on morbidity. This type of event leaves different doubts about professionalism and respect for journalistic ethics.

Keywords: sports journalistic practice, Facebook, audiovisual content, sports broadcasts

## Introducción

La red social Facebook, a lo largo del tiempo, se ha convertido en una gran herramienta para estudiantes de Periodismo, periodistas principiantes y profesionales con años de experiencia, útil para la difusión de noticias en tiempo real. Asimismo, en el mundo de los deportes, la mencionada red social se ha venido utilizando con mayor frecuencia, sobre todo al momento de difundir una noticia relevante para el ‘deporte rey’: El fútbol.

La paralización que provocó la llegada de la pandemia de la COVID-19 al Perú, trajo consigo un sinnúmero de pérdidas sociales, económicas y sobre todo laborales. La necesidad de prácticas profesionales y ofertas de trabajo condicionó a los estudiantes de Periodismo y periodistas en general, a buscar o fortalecer la herramienta de difusión que tenían como alternativa: Las redes sociales.

De la mano con la modernización, diversos medios oficiales y no oficiales orientados al deporte usaron las redes sociales como herramienta de difusión principal durante la pandemia. No fue hasta el mes de junio donde diferentes medios, en su plan de innovación de difusión, iniciaron con las transmisiones en vivo de debates deportivos o transmisiones de partidos de fútbol cada uno con una esencia y calidad de contenido diferente.

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la calidad de contenido que ofrecen las páginas ‘Silvio Valencia Oficial’, ‘Son Datos No Opiniones’ y ‘Todos los Hinchas’; que tienen la peculiaridad en la administración de estas.

La página ‘Silvio Valencia Oficial’ está administrada por el periodista deportivo, Silvio Valencia, el cual lleva años en el mundo del periodismo deportivo; el medio ‘Son Datos No Opiniones’ es administrada por el ingeniero y periodista, Jesús Chirinos, profesional de la carrera que recién ha empezado a ejercer el Periodismo como tal; por último tenemos la página ‘Todos los Hinchas’, administrada por Ubaldo Villalobos, Marco Mejía, Alvaro Guevara y Michel Aparcana, cuatro inexpertos estudiantes de Periodismo que también fortalecieron su contenido audiovisual tras la llegada de la pandemia del COVID-19 al Perú.

Existen algunos aspectos que nos ayudarán a obtener un mejor resultado y contrastación de datos, como la redacción deportiva al momento de realizar la publicación de una noticia. A esto se le suma el tipo de fotografía deportiva que se utiliza para las publicaciones. Asimismo, las transmisiones deportivas también serán útiles para la obtención de datos.

Para culminar, la prioridad del presente trabajo de investigación es dejar un precedente para futuras generaciones de periodistas, medios de comunicación y los usuarios que consuman este tipo de contenido a través de Facebook. A su vez, busca contrastar la calidad de contenido ofrecida por un periodista experimentado, un periodista aficionado y estudiantes de Periodismo con la finalidad de resaltar qué generación deja un mejor trabajo periodístico.

En el Capítulo I, está identificado el problema de investigación en general, los objetivos principales y secundarios de la presente investigación que nos ayudarán a precisar los descubrimientos solicitados.

En relación con el Capítulo II, muestra los antecedentes de la presente investigación, las bases teóricas y los términos básicos que serán utilizados a lo largo del estudio para tener un mejor raciocinio referente al tema.

En el Capítulo III, se da a conocer la metodología aplicada junto a la población que será parte del presente estudio. A su vez, se suma la determinación del instrumento empleado con las páginas de Facebook elegidas y así exponer un mejor fundamento al momento de la explicación de resultados.

El Capítulo IV, expone, con fundamentos sólidos, los resultados de la ficha de observación previamente aplicada a las páginas de Facebook citadas párrafos atrás.

Respecto al Capítulo V se puede conocer la discusión, una contrastación entre la parte teórica, diferentes puntos de vista y los resultados obtenidos. A su vez, los antecedentes también fueron utilizados como respaldo para la discusión.

Para finalizar, el Capítulo VI, habla de las recomendaciones y conclusiones del autor referente a la investigación. Asimismo, se suman algunos aspectos por mejorar para futuras investigaciones.

Cabe resaltar que los anexos incluidos, muestran el formato de las fichas de observación que fueron aplicadas a cada página de Facebook previamente elegidas para la elaboración de la presente investigación.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Descripción del problema

Tras la llegada de la pandemia por el Covid19 al Perú el mundo deportivo en general se vio afectado de manera categórica, siendo afectados en mayoría los practicantes de periodismo deportivo o periodismo en general que se vieron perjudicados de manera profesional.

Al tomarse nuevos protocolos de bioseguridad, las actividades deportivas, principalmente las futbolísticas, fueron reestablecidas con varias restricciones para los medios de prensa respecto al acceso a los campos deportivos, ya sea para fotógrafos, como para los medios oficiales de transmisión.

Tomando una posición ingeniosa y emprendedora, varios de estos practicantes optaron por crear páginas informativas del deporte a través de distintas redes sociales, pero teniendo como principal medio la red social de Facebook. De esta manera lograron una nueva modalidad para poder comunicar y difundir noticias deportivas.

La reincorporación del torneo peruano **Liga 1 Betsson**, abrió más oportunidades para que dichas páginas de Facebook puedan comunicar y transmitir los partidos de este torneo de una manera poco tradicional. Naciendo así, las transmisiones deportivas.

Si bien es cierto, estas transmisiones ya existían de manera oficial desde el 2017 gracias al acuerdo que tuvo la cadena de televisión deportiva, FoxSports, con Facebook para poder transmitir de manera *online* algunos encuentros de la fase de grupos de la UEFA Champions League.

En el transcurso de los años, en el mundo de la información deportiva, existe una necesidad por informar de manera inmediata, generando nuevas oportunidades, respecto al aumento de audiencia, tanto para televisoras como para creadores de contenido partiendo de la red social Facebook.

Lo característico de estas nuevas transmisiones deportivas realizadas por páginas de Facebook, es que son creadas por estudiantes de periodismo y periodistas profesionales que encontraron una manera más para poder llevar a cabo una labor pegada más a lo profesional y poder así seguir practicando por su propia cuenta, dándole a estas transmisiones un estilo propio.

Las redes sociales se dieron cuenta de la importancia que pueden llegar a tener en el mundo de las transmisiones deportivas, teniendo en cuenta que los deportes pueden generar todo tipo de debate, opiniones, reacciones e interacciones a gran velocidad. Sabiendo también que la gente no

solo se conforma con verlos en vivo, sino también en compartir en tiempo real las diferentes sensaciones que pueden llegar a tener.

La llegada de la pandemia al país trajo consigo diversos resultados en el mundo de la información deportiva *online*. Teniendo como foco principal las transmisiones deportivas a través de Facebook.

Un punto de vista a nivel internacional, lo muestra Silva (2022) que expone que el periodismo está en constante evolución. Los avances tecnológicos que aparecen constantemente son utilizados por los profesionales de la comunicación que encuentran una nueva forma de difundir información de forma inmediata, con alta carga multimedia y con una gran llegada a públicos globales. Es por eso, que las redes sociales se han convertido en un recurso muy importante para los comunicadores.

Fueron varios los practicantes y estudiantes de periodismo deportivo y periodistas en general los que incursionaron en esta nueva modalidad de transmisión NO OFICIAL para poder llevar a cabo la realización la difusión de información.

Este “estilo propio” es lo más característico de las páginas de Facebook orientadas al deporte. Si bien es cierto, cada página de la citada red social tiene un público determinado, sin embargo, la problemática se encuentra en la calidad que puedan ofrecer dichas páginas. Si priorizan más la difusión con el objetivo de informar o tiene muy por encima el sensacionalismo con el objetivo de tener más seguidores e interacciones.

Ramírez (2021) hace una breve definición del sensacionalismo, conceptualizando que es un género periodístico que tiene como objetivo llamar la atención del lector o usuario, ya sea recurriendo a métodos atractivos o muy llamativos, poco éticos y que exageran desproporcionalmente diversos aspectos de un suceso o acontecimiento determinado.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo es la calidad de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?

### **1.2.2 Problemas específicos**

Al ser una modalidad de transmisión deportiva no oficial, esta nueva manera de ejecutar la labor periodística no muestra imágenes oficiales de los encuentros que quieren transmitir y a su público tomando diferentes alternativas para llevar a cabo la transmisión de un evento deportivo.

Dichas alternativas dificultan la calidad de contenido de las mencionadas transmisiones a través de Facebook. Los puntos más altos de estas fueron en entre junio del 2020 y marzo del 2021. Con la reincorporación del fútbol a nivel internacional, para que posteriormente se reanude el torneo peruano.

La relevancia del problema giraría en investigar sobre las diferentes alternativas que usan estos creadores de contenido para poder llevar a cabo una transmisión deportiva no oficial a través de Facebook teniendo en cuenta también la calidad de imagen y de contenido.

Por tal motivo, los problemas específicos de la presente investigación girarían en torno a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo es la redacción deportiva respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?
- ¿Cómo es la fotografía deportiva respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?
- ¿Cómo son las transmisiones deportivas respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

- Analizar la calidad del contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Reconocer la ejecución de la ética periodística en la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook entre junio y agosto del 2020.
- Analizar la calidad de contenido difundido en las prácticas periodísticas deportivas a través de la red social Facebook en los meses de junio, julio y agosto del 2020.
- Identificar el sensacionalismo en la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook entre junio y agosto del 2020.

## **1.4 Justificación de la investigación**

### **1.4.1 Teórica**

La presente investigación está bajo la justificación descriptiva y explicativa que se realiza sobre la teoría del establecimiento de la Agenda Setting, dicha teoría infiere en que los medios de comunicación tengan algún tipo de **poder** o ejerzan una influencia significativa sobre la audiencia en general con el fin de determinar cuáles son los temas de interés y la atención que debe darse a estos.

### **1.4.2 Metodológica**

Metodológicamente hablando, para conseguir los objetivos del estudio en la presente investigación, se podrán bajo un enfoque cualitativo. Asimismo, se utilizará la ficha de observación como único instrumento que permitirá cumplir con todos los objetivos planteados referente a la calidad de contenido que ofrecen determinadas páginas de Facebook orientadas al deporte.

### **1.4.3 Práctica**

Esta investigación se justifica en el orden práctico por los resultados obtenidos a quienes crean contenido con enfoque deportivo a través de la red social Facebook. Asimismo, también servirá a los medios de comunicación que esperan trabajar con periodistas deportivos que ofrezcan contenido de calidad, como también para los usuarios que desean consumir contenido más informativo y menos sensacionalista. Finalmente, la presente investigación podría ser utilizada para futuras investigaciones sobre el análisis de contenido con enfoque deportivo a través de redes sociales.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### **1.5.1 Temporal**

La presente investigación, desde la propuesta del planteamiento del problema hasta la sustentación y publicación, tendrá una duración de 6 meses calendario del año 2023. En cuanto al procedimiento que comprende a la recolección de datos y tiempo dedicado, este comprenderá desde junio hasta agosto del 2020 durante la pandemia por Covid-19 en el Perú.

### **1.5.2 Espacial**

El desarrollo del estudio tiene como ubicación de desarrollo la ciudad de Lima, exactamente en el distrito de Ventanilla. El procesamiento y recojo de datos se realizarán en los ambientes del domicilio del investigador en el distrito de Ventanilla.

Por otro lado, el proceso y recolección de datos informativos fue parte de visitas virtuales a las páginas orientadas al deporte pertenecientes a la red social Facebook.

### **1.5.3 Social**

La presente investigación se ubica en su contexto al estudio de los agentes sociales de comunicación como lo son las publicaciones y transmisiones periodísticas deportivas virtuales no oficiales. Asimismo, tiene como objetivo poblacional a los usuarios que consumen el contenido virtual de las páginas deportivas a través de Facebook, teniendo como contexto la calidad y tipo de contenido que estas tienen para informar o retransmitir alguna actividad deportiva.

Otro recurso de la presente investigación es el tratamiento informativo, ya que se enfoca en el contraste y conocimiento de la calidad de contenido que ofrecen diversas páginas de Facebook orientadas al deporte peruano.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Marco histórico**

A lo largo de la historia la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook, se ha ido sumando poco a poco como herramienta y parte del contenido para diversos medios de comunicación.

Se han realizado estudios que determinaron que, al momento de informarse sobre alguna noticia deportiva, según un estudio de la Universidad de Massachusetts, un 65% de las personas a nivel mundial lo hacen a través de la red social Facebook a comparación de otros medios.

Estos datos fueron analizados por los medios deportivos, tanto digitales, escritos, televisivos y radiales con la finalidad de poder mantenerse en contacto con sus usuarios, dándoles las noticias con una actualización más veloz y así poder tener una mayor llegada a su público.

#### **Redacción:**

La redacción de notas cortas y concretas publicadas a cada hora en las páginas oficiales de los medios de comunicación deportivos era el inicio del todo. El formato de publicación consistía en escribir la información necesaria junto a una foto referencial a lo que el periodista redactaba. Todo esto mientras la ampliación de la noticia era redactada a mayor profundidad en la sala de redacción.

#### **Videos:**

Los medios deportivos, crearon un cronograma de actividades para poder realizar entrevistas a deportistas que eran relevantes para la coyuntura del momento. La entrevista era grabada, editada y posteriormente subida bajo el mismo formato que las redacciones de notas cortas; titular y texto corto contextualizando el contenido del video.

**Transmisiones en vivo:**

Facebook habilitó la opción de ‘transmitir en vivo’ alrededor del 2012 pero en formato básico, que solo permitía al usuario emitir desde su teléfono móvil. No fue hasta el 1 de octubre del 2015 que se lanza de manera oficial la primera transmisión deportiva a través de la red social de Facebook.

El evento transmitido no fue un partido de fútbol. Esta vez el ‘deporte rey’ fue opacado por uno de los deportes que más competencia le genera, el basquetbol. La red social, transmitió una práctica de los Cleveland Cavaliers equipo de la National Basketball Association (NBA) a través de la página oficial de la liga profesional.

La transmisión contó con entrevistas a los jugadores, entrenadores y directivos del equipo, así como las jugadas y el entrenamiento completo de los Cleveland Cavaliers. Todo esto con el fin de ofrecer un contenido más entretenido a los fans.

Por otra parte, el ‘deporte rey’ no se quedaría de brazos cruzados y tendría una difusión más organizada. En el año 2018, La UEFA, FoxSports y Facebook, cerraron un acuerdo para poder transmitir los partidos de fase de grupos de la UEFA Champions League Latinoamérica. Teniendo así una dinámica muy parecida a la que se emite por televisión con el valor agregado de tener mayor interacción con el público que comenta e interactúa durante la transmisión.

Poco a poco se fueron sumando la FIFA y CONMEBOL y diferentes entidades deportivas para que puedan transmitir no solo partidos, también, poder hacer emisiones exclusivas en zonas en donde los amantes del deporte a seguir puedan ser parte de alguna previa o post partido.

El fútbol ha acaparado, otra vez, casi todas las luces de esta modalidad de transmisión. La CONMEBOL Copa Libertadores, también se sumó a este tipo de transmisiones, en la que reclutan a profesionales de la carrera de periodismo para poder participar de dicha dinámica. Cuentan con profesionales para realizar las transmisiones en español latino y profesionales para la realización en portugués.

Tras la llegada del covid-19 al mundo, los encuentros deportivos junto a las transmisiones de Facebook se pausaron. La coyuntura sanitaria condicionó a tener que esperar que los eventos deportivos regresen de a pocos, empezando con la reanudación de los encuentros en las ligas de fútbol de Europa.

Actualmente, debido a la falta de prácticas periodísticas deportivas durante la pandemia, estas transmisiones evolucionaron. Aparecieron medios NO OFICIALES en Facebook con nombres atractivos al público amante de diversos deportes que realizaban la práctica periodística

deportiva con un formato propio y único. Al ser un medio no oficial, no cuenta con derecho de imagen de transmisión, optando por una reinversión digital en la que combina el formato televisivo y el formato radial.

## **2.2 Antecedentes de la investigación**

El presente proyecto de investigación tiene como principal prioridad dar a conocer la calidad del contenido y la ingeniosidad que tuvieron diferentes páginas de Facebook que tienen como publicaciones principales la difusión noticiosa de los sucesos deportivos más relevantes ocurridos en el Perú y el mundo entre junio y agosto del año 2020.

Como objetivo, la presente investigación tiene como meta crear un precedente que contraste la calidad que ofrecen diferentes generaciones de periodistas deportivos, teniendo como principal punto a debatir la objetividad de estos.

Asimismo, otro punto para esclarecer sería evidenciar la falta de profesionalismo, ética y objetividad que tienen diferentes profesionales que llevan años ejerciendo la carrera de periodismo, poniendo por encima las ‘visitas’ y ‘likes’ que puedan tener en sus redes.

### **2.2.1 Antecedentes nacionales**

La práctica periodística deportiva a través de redes sociales ha trascendido a nivel nacional, son varios los tratamientos asociados al tema tratado en la presente investigación.

Taquiri (2019), en su investigación sobre el recurso informático “YouTube” y la práctica periodística deportiva para los alumnos de periodismo de la UJBM, en 2019, tuvo como objetivo demostrar que la creación de canales en la plataforma YouTube sirve para que estudiantes de periodismo realicen la práctica periodística deportiva utilizando la descripción como metodología de investigación; logrando el resultado de que son varios los estudiantes y periodistas deportivos de diferentes universidades que usan diversas redes sociales o plataformas online para poder dar a conocer sus conocimientos sobre el tema. Entre las conclusiones más relevantes resalta la que demuestra que YouTube sí es una plataforma oportuna para ejercer el periodismo deportivo usando las diferentes herramientas que la misma plataforma brinda para poder realizar un trabajo propio del periodismo.

La necesidad de estos estudiantes y periodistas egresados redonda en la falta de prácticas profesionales como trabajo en sí. Optando por una opción más innovadora, creando proyectos individuales o grupales.

Es por ello, que se manifiesta un gran incremento de los periodistas deportivos que realizan la praxis de la carrera dentro de diversas redes sociales, específicamente, a través de Facebook.

Asimismo, Iglesias y Romero (2020), en su investigación sobre el uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos de Trujillo, proyecto que tuvo como objetivo describir, identificar y justificar el propósito de los periodistas deportivos respecto al uso de la red social Facebook como medio de comunicación alternativo; usando una metodología de investigación descriptiva; llegaron a la conclusión de que el 77% de estos, realizan publicaciones de carácter informativo dentro de Facebook teniendo como única sección los deportes. La Conclusión más relevante es la que explica y demuestra que los periodistas deportivos, en un 7% usan Facebook para realizar publicaciones orientadas al deporte, siendo más específico, a las noticias deportivas.

Asimismo, este gran número respecto a la práctica periodística deportiva a través de redes sociales ha traído como resultado que los lectores/seguidores de dichas páginas de Facebook usen estos medios NO OFICIALES como una fuente de información. Los usuarios, expuestos a una mala praxis de estas páginas de Facebook, han ido en aumento. Eso lo explica Díaz (2017), en su proyecto de investigación sobre el análisis de las redes sociales como fuentes de información en la plataforma web de los diarios La República y El Comercio; que tuvo como objetivo determinar cómo las redes sociales influyen en los contenidos digitales con enfoque periodístico. Usando la observación como metodología de investigación, se concluye que, en el Perú, el 44% de las personas navegan en internet, el 99% de los internautas utilizan redes sociales, principalmente, Facebook. Tomando la gran mayoría de notas periodísticas aparecidas en la mencionada red social como veraces. La Conclusión más acertada de esta investigación fue la que determinó que las redes sociales de los citados medios de comunicación son usadas como fuentes de información, específicamente en las secciones de economía, política, entretenimiento y deportes.

Respecto a la influencia que pueden tener varios lectores/seguidores de dichas páginas deportivas en Facebook, podríamos decir que, al tomarse como fuente de información segura, la influencia crece y la opinión cambia. Ya sea por una buena praxis respecto a la información o una buena edición de algún material audiovisual. Cuba (2019), en su investigación sobre la influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo, usando el método del embudo como metodología de investigación; nos menciona que existe una gran influencia en los alumnos del décimo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza respecto a las imágenes e información subida en redes sociales con un enfoque periodístico deportivo.

Cabe resaltar que esta influencia no solo llega respecto a las páginas deportivas con enfoque periodístico, también, se suman las páginas oficiales de los clubes de fútbol que, debido a la pandemia originada por la llegada del Covid-19 a Perú, estas también tuvieron que adaptarse a la

nueva normalidad. Chumbiauca (2021), mediante su análisis a la comunicación digital del club Alianza Lima a través de Facebook adaptando el mensaje a sus seguidores durante la pandemia de la Covid-19; teniendo como objetivo que nuevas temáticas presentaba el club hacia sus seguidores teniendo en cuenta la suspensión de la actividad deportiva en ese momento. Asimismo, se pudo llegar a la conclusión, usando la ficha de observación como metodología de investigación, que, el número de lectores/seguidores en las páginas de Facebook con contenido de deportivo ha ido en aumento al comenzar la pandemia. La página oficial del Club Alianza Lima, que tenía un contenido más informativo respecto a sus jugadores y encuentros que afrontaba el club, adaptó su contenido debido a la coyuntura sanitaria que afrontaba el país.

### **2.2.2 Antecedentes internacionales**

La fuerza de las redes sociales no solo trasciende a nivel nacional. Si nos referimos a la práctica periodística deportiva usando la red social Facebook, este tipo de sucesos e interrogantes, también se dan fuera del país.

El impacto de la era digital ha llevado a diferentes estudiantes y periodistas deportivos a optar por trabajar o realizar una praxis periodística deportiva utilizando las redes sociales como método alternativo para ello. Desde el 2016, este método alternativo, pasó de ser considerado ‘modernización’ a ser considerado ‘necesidad’ en el periodismo actual.

Lo que nos menciona Benavides y Chávez (2017) en su investigación sobre el uso de la red social Facebook como método alternativo para la práctica periodística deportiva teniendo como punto principal a las páginas Fútbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino, es investigar sobre los beneficios, evaluar la viabilidad y determinación del impacto; refiriéndose al uso de Facebook como método alternativo para la praxis periodística deportiva. Usó la metodología de investigación exploratoria todo con el fin de investigar todo lo referido a la nueva generación de periodistas que opta por usar las redes sociales como una alternativa nueva para poder realizar el ejercicio periodístico deportivo respecto a páginas con enfoque deportivo como lo son Fútbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino en la ciudad de Managua, Nicaragua. La conclusión más importante de la citada investigación determinó que un 95% de estudiantes de último año de la carrera de Comunicaciones utilizan la red social de Facebook para realizar una práctica periodística.

En Ecuador, Villacrés (2017), en su investigación sobre el uso de Facebook Live y su aplicación en las radios de la ciudad de Ambato, tuvo como objetivo generar un registro de todas las radios de la ciudad ecuatoriana de Ambato que utilicen Facebook Live como alternativa de

difusión. Usando la metodología de observación y campo, pudo visualizar los beneficios y perjuicios que conlleva el utilizar nuevas herramientas como la que ofrece la red social de Facebook. Llegó a la conclusión de que las personas consumen mucha más información referida al deporte en sí, principalmente fútbol, a través de Facebook Live que, por otros medios, dando a conocer que Facebook Live es una herramienta más interactiva para los medios de comunicación oficiales y no oficiales referidos al deporte.

La presencia de Facebook respecto a la difusión de información no solo es practicada por medios de comunicación, las páginas de diversos clubes, también se sumaron a esta nueva modalidad, tal como lo hace la propia Federación Peruana de Fútbol, dónde, en la página de Facebook, cumplen con la labor informar al lector/seguidor. Esto lo manifiestan, Tejedor, et al. (2020), estos tres autores investigaron sobre el uso de la red social Facebook en los principales clubes de fútbol de Europa y sobre cómo, estos clubes, generan su contenido refiriéndose a la presencia en redes, el tipo de contenido y qué publicaciones tienen mayor alcance en sus cuentas de Facebook oficiales. Dicha investigación utiliza la metodología de investigación de observación llegando a la conclusión de que los clubes tomados como muestra en esta investigación toman como prioridad comunicativa la red social de Facebook.

Hablando del cómo se gestionan las redes sociales, es decir, cómo se realiza una cobertura periodística a un evento deportivo o, específicamente, a un partido de fútbol, Cuevas (2016), nos informa en su investigación sobre el cómo se usa la red social Facebook para la realización de una comisión y/o cobertura de un partido de fútbol en España. La inmediatez, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son factores muy importantes y notorios al momento de darle cobertura a un partido de fútbol utilizando solo las redes sociales, teniendo como punto fuerte a Facebook.

Por otra parte, Yagual (2017), nos cuenta en su análisis a la red social Facebook y su aporte al Periodismo Deportivo en la tercera etapa del sector Mucho Lote uno de la ciudad de Guayaquil, que las redes sociales se han convertido en una herramienta necesaria no solo para los periodistas deportivos, también, para los comunicadores en general que buscan incursionar en el mundo de la difusión deportiva. Las redes sociales como herramienta, permite crear nuevas propuestas al momento de comunicar, no solo para difundir, también, para interactuar con la sociedad o el público interesado en el mundo deportivo. Asimismo, se llegó a la conclusión de que las redes sociales no son una simple etapa referida a la onda tecnológica, son una herramienta indispensable

que todo estudiante de periodismo o periodista profesional debe manejar con total facilidad y rapidez.

### **2.3 Bases teóricas**

El presente proyecto de investigación se posiciona dentro del marco teórico general que refiere a la Teoría del establecimiento de la Agenda Setting. Esta elección se debe al análisis de calidad de contenido respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook que, a su vez, genera interés en los usuarios que consumen y estuvieron en búsqueda de contenido de calidad a través de esta red social de julio a agosto del 2020.

#### **Teoría del establecimiento de la Agenda Setting**

Según lo mencionado por McCombs y Shaw (1972) infieren en que los medios de comunicación tienen la completa capacidad de destacar y elegir determinados temas, a su vez, dejando de lado otros. Esta inferencia da origen a la **Agenda Setting**.

En palabras más resumidas, nos referimos al estudio de diferentes elementos sociales teniendo como temas la agenda pública, agenda política y agenda de los medios.

Para Rodríguez (2004) la agenda pública se refiere a las preocupaciones y temas que son de mayor prioridad para la población en general. La citada agenda se evalúa a través de una encuesta donde se pregunta sobre cuál es el problema de mayor importancia que tiene que enfrentar el país, dicha interrogante se conoce más a menudo como el Problema Más Importante (PMI). Los resultados obtenidos son analizados con el objetivo de determinar la posición relativa de temas específicos en la agenda pública. Esto es un complemento de lo que mencionan Dearing y Rogers (1996) donde aseguran que la agenda pública se refiere al rango o nivel de prioridad que el público en general asigna a temas particulares de carácter noticioso en un determinado tiempo.

Funkhouser (1973), sobre la agenda mediática, asegura que el principal medio a través el cual la población toma conciencia de los problemas que enfrentan, es confiar en la información que te brindan los medios de comunicación. Asimismo, existe la posibilidad que la comprensión de las personas de las preocupaciones que prevalecen esté determinada únicamente por lo que los medios muestran al momento de difundir una noticia, que podría no reflejar los asuntos que las personas consideren importantes.

#### **Importancia**

**Agenda Setting.** Sirve como un medio de transmisión de eventos externo que, a su vez, posee la capacidad de impactar las funciones cognitivas, generando la posibilidad de la percepción y organización del orden generado en el mundo. La acción de incluir o excluir determinados temas

es evidente en la cobertura y difusión de noticias, que está influenciada por las experiencias de primera mano de la población que juegan un papel directo e importante en su configuración.

### **Características**

**Agenda Setting.** Frecuentemente los medios difunden historias que se incrustan colectivamente en la memoria del público. El resultado, es que dichas historias se recuerden, pero no necesariamente impactan a las personas como un tema relevante.

#### **2.3.1 Bases teóricas de las categorías**

Como su nombre bien lo dice, la variable **práctica periodística deportiva** se interpreta como la difusión y/o transmisión, con carácter periodístico, de la información relacionada con todos los deportes existentes, particularmente, de fútbol.

Esta praxis ha visto un incremento por parte de los profesionales dedicados y especializados en el mundo de la difusión periodística deportiva.

En el artículo *“Definición de periodismo deportivo” edición número 43*, publicado por el medio digital *Definición MX*, la periodista, Guerrero (2016), detalla que, tanto la carrera como la práctica periodística deportiva, es más notoria debido a que en los últimos tiempos, ha surgido una preponderancia de los diferentes deportes en la vida cotidiana de las personas.

La práctica periodística deportiva o del periodismo deportivo se puede considerar una práctica común, ya que el periodismo deportivo es considerado una rama del periodismo tradicional. Li (2014), nos explica que el periodismo deportivo, como un género específico del periodismo, sin excepción, ha colaborado con las características básicas de éste. Lo que se distingue de los otros géneros residen en tratar como objeto la información relacionada con las diferentes temáticas sobre el mismo.

### **Importancia**

El establecimiento de la agenda en la práctica periodística deportiva juega un papel muy importante. Los puntos más resaltantes van desde la influencia en el discurso público, donde los periodistas deportivos pueden dar forma y dirigir el discurso público en torno a los deportes; hasta el reflejar los intereses de los fanáticos, donde al cubrir deportes, equipo o deportista populares, los periodistas adecúan su cobertura con los temas que más resuenan con su público objetivo. De esta manera mejoran el compromiso y el número de lectores/audiencia/usuarios.

## Características

La selección, el encuadre y la priorización intencional de temas deportivos, impulsan el discurso público e influyen en las políticas deportivas y la toma de decisiones. En general, esto es lo que implica el establecimiento de agenda en la práctica periodística deportiva.

### 2.3.2 Bases teóricas de las subcategorías

Cuando nos referimos a **redacción deportiva**, la práctica periodística deportiva o periodismo deportivo es solo una extensión de la práctica periodística regular o general. Se rige como un género independiente al tratar las noticias deportivas como un objeto característico de este. Una rama independiente del periodismo en general, ya que trata los eventos de diversos deportes como material en uso para difundir e informar al oyente, lector, televidente y usuario.

Según el periodista mexicano, Del Río (1997), el periodismo deportivo es una forma agradable de evasión y de compensación respecto a la tensión y agobio de los problemas económicos, tensiones internacionales, dureza del trabajo y otros elementos angustiosos.

El conocido periodista y escritor español, Alcoba (1972), en su libro “*¿Contamos contigo?*” define al periodismo deportivo como una necesidad de reflejar la producción de los terrenos deportivo para, posteriormente, encontrarse con los problemas creados por la expansión de este.

Sería muy genérico mencionar las diferentes características del periodismo deportivo, sería más sensato mencionar lo que debe tener un periodista interesado en informar y difundir diversos sucesos que involucren netamente al deporte.

Tal como lo menciona el escritor y periodista español, Alcoba (1993), en su libro “*Cómo hacer periodismo deportivo*”, menciona que el periodista deportivo no debe ser un simple narrador de diversos eventos deportivos, si no, un informante responsable que vaya más allá de la propia y particular pesquisa deportiva, que indague situaciones y que sea un amante incondicional del deporte.

Los periodistas chilenos, Luengo y Osses (1999), en el trabajo de investigación titulado “*Manual práctico para el ejercicio del periodismo deportivo en medios escritos de circulación nacional*”, mencionan que, para servir a la demanda del informe deportivo, un periodista deportivo debe usar las diversas herramientas y canales puestas a su disposición con el fin de llenar todos los espacios que cada medio le dedica al deporte.

A diferencia de la práctica periodística deportiva realizada a través de periódicos, radios y canales de televisión, denominados ‘medios tradicionales’, el periodismo deportivo también se adaptó a las nuevas modalidades de difusión de información.

El periodista madrileño, Pérez (2014), menciona en su trabajo de investigación que, la virtud de usar las redes sociales en el periodismo deportivo es la inmediatez. Esto podría reflejarse en la red social de Twitter, la red social cuenta con la virtud de lanzar ‘primicias’ o ‘noticias rápidas’ cumpliendo con la cantidad de caracteres que el propio aplicativo establece. Las ampliaciones de noticias, si continuamos hablando de redes sociales, se realizan a través de Facebook, la red social con más usuarios en el mundo.

La **fotografía deportiva** abarca diferentes enfoques y formas con el fin de capturar la esencia de los deportes como tal. El objetivo principal es congelar momentos del deporte, el entorno deportivo, movimientos y sobre todo las interacciones ocurridas dentro del él. Busca capturar momentos de las emociones de los deportistas, interacciones entre ellos y las emociones colectivas que nacen abarcando alegría, esfuerzo, frustración, decepción y anticipación. Asimismo, la fotografía deportiva, en ocasiones, también destaca el entorno como elemento agregado, tal es el caso de grandes estadios repleto de espectadores.

Desde un punto de vista estético y artístico, Casimiro (2018) nos dice que la fotografía deportiva constantemente ha sido considerada como una categoría artística inferior, principalmente vista como informativa más que estéticamente valiosa. Esta percepción surge por la creencia de que los momentos capturados de logros humanos o hazañas notables orientadas al deporte, opacan la belleza de la imagen y la habilidad del fotógrafo detrás de ella. Sin embargo, esta percepción está cambiando paulatinamente bajo el interés de no solo priorizar la importancia del evento deportivo, también de capturar y reflejar la belleza de este.

Por otro lado, desde un punto de vista de compatibilidad con el deporte, Olivera (2007) menciona que la fotografía deportiva ha logrado un gran éxito en base a la captura de momentos decisivos, tomas extendidas, instantáneas y composiciones innovadoras. La fusión del deporte y la fotografía ha logrado una poderosa y fuerte unión, donde el deporte representa el drama humano de logros notables en un conflicto no violento. La fotografía deportiva inmortaliza dichas hazañas para así contribuir en la creación de una memoria deportiva duradera.

Martínez, et al. (2021), desde un punto de vista periodístico, dan a conocer que la fotografía deportiva que va publicada en la prensa está destinada a ser vista por una amplia audiencia. El momento que ha sido capturado tiene la finalidad de ser compartida masivamente. Como

consecuencia, la fotografía deportiva se crea pensando el consumo en masa, siendo esta la característica principal y definitoria. Asimismo, la fotografía sobre noticias deportivas lleva el peso deliberado del periódico o medio de comunicación donde es publicado, acompañada del discurso oficial de todo el aparato periodístico que la produce.

Respecto a las **transmisiones deportivas**, si bien es cierto, la nueva normalidad debido a la pandemia del covid-19, ha fortalecido la ‘virtualidad’ a nivel general, las transmisiones a través de Facebook incrementaron. Tanto, los generadores de contenido y los usuarios no podían salir de casa, esto tuvo como resultado que los creadores de contenido de las diversas páginas de Facebook de medios oficiales y no oficiales busquen una manera de mantener a sus seguidores interactuando con ellos, teniendo en cuenta que, la actividad de estos incrementaba de manera gradual.

El periodista español, Muñoz (2019), revela que, mediante un estudio efectuado por *Pew Research Center* publicado el 2018 en el mes de octubre; los jóvenes europeos de 18 a 29 años consideran a las redes sociales, no solo como la manera principal de distracción, también, como una fuente principal de información. Es decir, que una gran población del mundo utiliza esta aplicación para informarse.

El universo de las transmisiones deportivas también se ha visto afectado por la aparición de la pandemia originada por el covid-19. La mayoría de las transmisiones deportivas a través de Facebook, previa pandemia, consistían en realizar un *live* desde algún recinto deportivo (sea un estadio o un coliseo). Esto, con el fin de que el periodista en aparición realice una ‘previa del partido’, lanzando algunos datos importantes, realizando entrevistas a algunos hinchas alrededor e interactuando con los seguidores que comenten durante la transmisión.

### **Transmisiones actuales por redes sociales**

En la actualidad, tras la llegada de la pandemia causada por la covid-19, las transmisiones dieron un giro de 180°, ya no solo era necesario un teléfono celular con una buena calidad de grabación y una buena conexión a internet, poco a poco salieron más alternativas para poder realizar una buena y atractiva transmisión. Son diferentes los elementos a considerar para poder efectuar una transmisión deportiva.

### **Transmisión de debate deportivo**

Las nuevas transmisiones deportivas realizadas por periodistas y practicantes de periodismo empezaron con la modalidad de debates deportivos. Teniendo a los participantes como panelistas que, empieza a discutir, debatir y opinar sobre algún suceso deportivo relevante en el momento. La transmisión llega a ser extensa, siempre y cuando los seguidores de la página emisora, participen,

mediante los comentarios, para que los panelistas puedan interactuar con los usuarios de Facebook y hacer más amena la transmisión.

### **Transmisión de partido fútbol**

Estas nuevas transmisiones deportivas han llegado al extremo de transmitir partidos de fútbol completos de diferentes ligas extranjeras y locales. Este tipo de transmisión es realizado tanto por medio oficiales como no oficiales, en la que, al no contar con los derechos de transmisión de video del encuentro, se encontró una alternativa en la que combina los formatos de transmisión televisivos y los formatos de transmisión radiales. Para esto se necesita de un mínimo de 2 participantes en la transmisión, para que, uno cumpla la función de comentarista e informante y el otro cumpla la función de narrador o relator del encuentro deportivo.

Estos dos sujetos empezarán la transmisión apareciendo en cámara, mientras mencionan los datos importantes del encuentro a venir. Iniciado el partido, ambos salen de la cámara para solo emitir audio durante ambos tiempos del partido. Al finalizar, vuelven a aparecer frente a la cámara para poder dar los últimos datos y apreciaciones de la disputa emitida. Este tipo de transmisión es la que más público llega a tener, debido a que se muestran nuevos métodos de transmisión que salen de los tradicionales y que, también, los conductores interactúan con sus seguidores.

## **Área visual/Imagen**

El área visual en una transmisión deportiva es determinante si el medio necesita atraer seguidores o visualizaciones a su transmisión. Se necesita una imagen lo suficientemente atractiva para el público específico de la página.

Según Checa (2003), puntualiza que, la imagen, en un diario o programa televisivo, es uno de los aspectos más importantes si de diseño periodístico hablamos. Es necesario tener un buen diseño y una excelente calidad de imagen para poder atraer visualmente a nuestro público.

## **Plataformas de videoconferencias**

Para poder realizar las transmisiones con la imagen del periodista, se necesita una plataforma de videoconferencia para poder realizar la grabación de pantalla y proceder a la transmisión en vivo mediante la red social de Facebook.

Según la empresa del mismo nombre, *Google Meet*, es un servicio de videotelefonía desarrollado por la famosa empresa Google. Es una derivación de la aplicación *Hangouts*, parte de la red de mensajería de Google. Esta plataforma, permite grabar tanto audio como video. La calidad de imagen es baja, pero sirve para poder realizar transmisiones.

Según la empresa del mismo nombre, *Zoom Video Communications*, es una empresa estadounidense conocida principalmente por el manejo del sistema de videollamadas y reuniones virtuales que, se encuentra disponible para todo tipo de dispositivo (computadores de escritorio y portátiles, teléfonos inteligentes y tabletas). Esta plataforma de videoconferencias brinda una buena calidad de imagen y audio, permitiendo al encargado de producción hacer una captura de video de alta calidad al momento de realizar las transmisiones.

## **Softwares de streaming**

El *Open Broadcaster Software*, o simplemente OBS, es una aplicación libre y de código abierto para la grabación y transmisión en vivo de video. Esta aplicación es la más importante para poder realizar una transmisión en vivo en la actualidad.

Tiene diferentes funciones para poder hacer la transmisión más atractiva visualmente, permite incluir diferentes *plug-ins* durante la transmisión, como la reproducción de audio, división de pantallas para tener a varios miembros en la transmisión, efectos de transiciones, capturar la imagen y video de diferentes pestañas y agregar un diseño propio que identifique a la página emisora.

Actualmente, es menester manejar óptimamente todas las aplicaciones antes mencionadas para poder realizar una buena transmisión. Asimismo, se tiene que mencionar también, que la

calidad de internet es un recurso influyente para que la transmisión pueda darse y fluir sin problema alguno.

#### **2.4 Definición de términos básicos**

**Clickbait:** Para Melgar (2021), el clickbait está referido al contenido en línea diseñado para llamar la atención y así atraer a los visitantes a hacer ‘clic’ en un enlace determinado de la página web autora, dejando de lado la precisión o veracidad del tema y teniendo como prioridad la participación del usuario y dirigir el tráfico a la página web.

**Ortografía:** Según Barriga (2010), Es la forma correcta de escribir. Es un conjunto de normas que rigen la escritura. Un componente de la gramática normativa ya que establece pautas para la correcta utilización de letras y signos de puntuación.

**Sentido del texto:** Sigue una estructura cronológica tradicional, pegándose a una secuencia lógica dictada por el ritmo de narración. Asimismo, también se caracteriza por la falta de técnicas temporales contemporáneas en la narración.

**Extensión del texto:** Parra y Álvarez (2021), traducen el término como “sobrecargar de información”, la cual surge la cantidad o la intensidad de información excede la capacidad del individuo para procesarla, lo cual tiene resultados negativos. Este suceso puede conllevar al lector a ignorar la información.

**Utilización de datos deportivos:** Para Glaría (2022), implica el almacenamiento, recopilación, organización y análisis de toda información relacionada con algún acontecimiento o evento deportivo. El objetivo es obtener información valiosa que pueda mejorar el rendimiento de los deportistas o ser difundida a través de los medios de comunicación.

**Cámara fotográfica:** Tecnológicamente hablando, es una herramienta que está diseñada principalmente para la captura de imágenes estáticas de diversos sujetos, situaciones o eventos, con el fin de conservar el recuerdo de forma visual.

**Lentes teleobjetivos:** Bulecevich y Haile (2020), lo definen como una categorización de lentes de cámara que poseen distintas focales que superan el rango estándar o normal. Clasificados en tres tipos como corta, media y larga; según su distancia focal.

**Edición fotográfica:** Para Guzzo (2016), la edición o retoque fotográficos se refiere al proceso de alterar algunos atributos de una imagen utilizando herramientas digitales con la finalidad de mejorar el aspecto visual y hacer la imagen más llamativa.

**Fotorreportajes:** Aballe (2020) lo define como un estilo de periodismo visualmente convincente y conciso que usa un lenguaje propio y singular. Abarca las fotografías de prensa que colectivamente transmiten un mensaje o historia.

**Recurso fotográfico:** Según Sánchez, et al. (2007) las fotos recursos o recursos fotográficos se refieren a las imágenes empleadas para mejorar visualmente las publicaciones en las redes sociales.

**Micrófonos condensadores:** Para Pérez (2023) el micrófono condensador consta de dos placas de metal colocadas muy cerca una de la otra, con una placa móvil mientras que la otra permanece estacionaria. Por otro lado, la placa móvil funciona como un diafragma y posee una gran conductividad eléctrica debido que está sumergida en una sustancia metálica.

**Intenciones de voz:** Sellas (2009) define a la intención de voz como el componente que permite vocalizar cada palabra, articular cada oración o darle énfasis a momentos de silencio en función de objetivos específicos.

**Expresiones verbales y no verbales:** Según Montes (1994), interpreta el lenguaje verbal como la forma de comunicar a través de palabras, independientemente del lenguaje particular que se emplee. Por otro lado, el lenguaje no verbal se refiere a lo contrario, no utiliza palabras de ningún idioma, sino que se transmite en base a gestos o lenguaje corporal.

**Lenguaje coloquial:** Esquisabel y Legris (2010) definen al lenguaje coloquial como un estilo de comunicación que le da prioridad a la fluidez y a la naturalidad sobre la adherencia a las reglas formales del lenguaje ya establecidas. Es el tipo de lenguaje que comúnmente se utilizan en las conversaciones habladas.

**Open Broadcaster Software:** Open Broadcaster Software, que también es conocido como OBS, es una aplicación que está disponible gratuitamente y que permite a los usuarios grabar y transmitir videos en vivo. Ofrece una alta gama de características para mejorar el atractivo visual de la transmisión en vivo.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Las categorías

##### 3.1.1 *Identificación de las categorías y su definición*

**Práctica periodística deportiva.** Según lo que nos comentan Castillo y Hernández (2021) se interpreta como Periodismo Deportivo o práctica periodística deportiva el brindar cobertura y reportajes sobre diversos torneos y competiciones en diferentes disciplinas deportivas, tanto a nivel nacional como internacional. Es una vital conexión entre los medios de comunicación y el amplio mundo de los deportes que, a su vez, actúa como una especie de puente que acerca al público/lector/usuario a ambos reinos y apoya un espectáculo económico, cultural y social en constante evolución.

**Redacción deportiva.** De acuerdo con López (2019) al tratar redacción deportiva, es determinante hacer énfasis en que abarca una amplia gama de textos, cada uno muy bien estructurado de acuerdo con la información que se pretende transmitir y difundir. Este es el resultado que se obtiene gracias a la alta gama de datos que ofrece el mundo de los deportes. Asimismo, el punto principal de los textos relacionados al deporte es la constancia, es decir, el proporcionar información y puntos de vista sobre un aspecto o tema relevante y relacionado con los deportes.

**Fotografía deportiva.** Tal y como refiere Ballester (2012) la fotografía deportiva es un género que requiere un control especial y meticuloso de las masas y un ojo muy agudo para capturar los detalles clave que narran una historia más amplia. A su vez, conlleva a tomar decisiones en una fracción de segundo sobre cuál de todos los momentos congelar o cuál momento encuadrar que logre capturar el momento decisivo del partido. Estos momentos normalmente pasan en cuestión de segundos, lo cual suma a la paradoja mágica que enfrentan los fotoperiodistas deportivos que realizan su mejor esfuerzo por capturar el mejor momento y que este sea extraordinario. La fotografía juega un papel muy importante en el periodismo deportivo, ya que lo complementa y lo refuerza dentro del ámbito de la prensa.

**Transmisiones deportivas.** Como lo mencionan Arévalo y Narvaez (2023), las capacidades innovadoras de la transmisión en vivo como Facebook Live, los usuarios ahora tienen la capacidad de poder interactuar en tiempo real con sus clubes deportivos y deportistas favoritos. Asimismo, esto va de la mano con la inmediatez que se ha vuelto un factor esencial para la realización de transmisiones deportivas a través de redes sociales.

Tabla 1

## Operacionalización de las categorías

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
	Redacción deportiva	Clickbait	¿Existe la utilización de <i>clickbait</i> en los titulares de las páginas deportivas de la red social Facebook?	<b>Técnica de recolección de información:</b> Observación  <b>Instrumento de recolección de información:</b> Ficha de observación
		Ortografía	¿Se respeta las reglas de ortografía y signos de puntuación en las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	
		Sentido del texto	¿La redacción tiene un sentido lineal respecto a las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	
		Extensión del texto	¿El texto es excesivamente extenso en las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	
		Utilización de datos deportivos	¿Se utilizaron datos deportivos para darle más consistencia al texto de las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	

Práctica periodística deportiva	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	¿Es indispensable el uso de cámara fotográfica para las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?
		Lentes teleobjetivos	¿Existe la necesidad de usar lentes teleobjetivos para las fotografías de las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?
		Edición fotográfica	¿Es necesario editar la foto antes de publicar en las páginas deportivas de la red social Facebook?
		Fotorreportajes	¿Los fotorreportajes explican mejor la noticia publicada en las publicaciones de las páginas deportivas de la red social Facebook?
		Recurso fotográfico	¿Los recursos fotográficos externos son indispensables para realizar publicaciones en las páginas deportivas de la red social Facebook?
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	¿Es indispensable el uso de micrófonos de alta calidad para las transmisiones de las páginas deportivas de la red social Facebook?
		Intenciones de voz	¿La intención de voz alta es necesaria para las transmisiones de las páginas deportivas de la red social Facebook?

		Expresiones verbales y no verbales	¿Las expresiones verbales son más importantes que las no verbales en las transmisiones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	
		Lenguaje coloquial	¿El uso del lenguaje coloquial <i>'futebolero'</i> es necesario para hacer más llevadera las transmisiones de las páginas deportivas de la red social Facebook?	
		Open Broadcaster Software (OBS)	¿Existe la necesidad de usar la plataforma OBS para transmitir en las páginas deportivas de la red social Facebook?	

## **3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación**

### **3.2.1 Tipo de investigación**

**Aplicada.** Veiga de Cabo, De la Fuente y Zimmermann (2008), están de acuerdo con que el objetivo de la investigación aplicada es el generar conocimiento práctico que pueda ser directamente beneficioso para la sociedad. El citado tipo de estudio comúnmente es más completo, ya que su base está involucrada al conocimiento obtenido de la investigación básica. Asimismo, la investigación aplicada juega un papel muy importante en la diversificación y el apoyo al sector productivo, ya que contribuye de forma indirecta a mejorar el nivel de vida de la población generando oportunidades laborales.

### **3.2.2 Nivel de investigación**

**Exploratorio.** Según lo explica Morales (2015) la investigación exploratoria pretende ofrecer una visión general y amplia de un tema determinado, comúnmente desconocido, con la finalidad de que sea el foco de una siguiente investigación. El formular el problema de investigación, recopilar datos y extraer terminologías que sean relevantes para la elaboración de interrogantes; son parte de los objetivos que este nivel de investigación ofrece. Asimismo, ayuda con el desarrollo de hipótesis relacionadas con el tema en investigación generando una base para la posterior investigación descriptiva.

### **3.2.3 Diseño de investigación**

**Estudio de caso.** Para Alonso (2003), este diseño de investigación implica un examen más a profundidad de un determinado tema. Comúnmente el estudio de caso involucra métodos cualitativos. Tiene el propósito de comparar, evaluar describir y comprender varias facetas de un problema de investigación.

## **3.3 Población y muestra**

### **3.3.1 Población**

Las páginas de Facebook con enfoque deportivo. El problema de investigación toma como población a todas las páginas de la red social Facebook de medios oficiales y no oficiales orientados al deporte, esto se debe a que son el centro de la investigación. Cabe resaltar que el estudio es sobre la calidad del contenido que ofrecen dichas páginas en los meses junio, julio y agosto del año 2020.

### 3.3.2 *Muestra*

Es una muestra arbitraria no probabilística. Se estudiarán las siguientes páginas de la red social Facebook:

- Valencia Silvio Oficial (Página de Facebook)
- Son Datos No Opiniones (Página de Facebook)
- Todos los Hinchas (Página de Facebook)

### 3.3.3 *Muestreo*

Enfocado en un muestro no probabilístico, se usará el muestreo intencional para la investigación en el que el investigador ejercerá discreción al seleccionar elementos para la muestra. En este método, el investigador confiará en su juicio de selección para obtener una muestra que cree representativa.

## 3.4 **Métodos de investigación**

**Método Hermenéutico:** Para esta investigación se usará el método hermenéutico, ya que la hermenéutica es el arte de la investigación, interpretación y procedentemente la explicación del resultado obtenido. La información será obtenida hermenéuticamente.

**Método Analítico:** De la mano con el método hermenéutico, la información recopilada, será estrictamente analizada para que, procedentemente sea interpretada y explicada sobre la marcha de la presente investigación.

## 3.5 **Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos**

### 3.5.1 *Técnicas*

**Observación.** Fabbri (2013), explica que este proceso consiste en la recopilación de información sobre algún estudio en específico con el objetivo principal de adquisición de datos. Asimismo, también es necesario realizar ciertas actividades de codificación que, posteriormente, se traducen en un código universalmente comprensible.

### 3.5.2 *Instrumentos (confiabilidad y validez)*

**Ficha de observación.** Para Díaz (2014), la ficha de observación es una reconocida técnica que está dentro del ámbito educacional. El propósito general es documentar y registrar datos en base a las actividades más relevantes de una investigación.

### *Validez del instrumento*

**Tabla 2**

*Validación de juicio de expertos*

<b>Nº Orden</b>	<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Valoración</b>
<b>1</b>	Valdéz, Víctor	48	Válido, aplicar
<b>2</b>	Schunke, Christian	42	Válido, aplicar
<b>3</b>	Serrato, Segundo	50	Válido, aplicar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

Como se puede ver en la tabla 2, los expertos dieron su puntuación respecto al instrumento, decretando de esta manera la validez para su aplicación en el proyecto de investigación.

### **Rigo científico**

La presente investigación está relacionada a los criterios de rigor científico, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

#### **Transferibilidad**

Según Rada (2016), el investigador interpretativo se enfoca en el desarrollo de la hipótesis de trabajo y así proporcionar descripciones del tiempo y contexto en el que surgen estas. La evaluación de la transferibilidad del estudio se deja a los lectores o usuario. Asimismo, para ayudar con este proceso, se lleva a cabo un muestreo teórico, se recopilan extensos datos descriptivos y se formulan descripciones detalladas.

Durante la investigación, se ubica la transferibilidad al momento de la aplicación del instrumento, para luego en la discusión, realizar la comparación en base a los hallazgos.

#### **Confirmabilidad**

Para Gonzales (2001), la confirmabilidad es la propuesta de una serie de protocolos por parte de los investigadores que están destinados a la evaluación de la idoneidad de la investigación con el fin de asegurar la conducta adecuada del investigador en todo el proceso.

Los instrumentos empleados en la presente investigación se utilizan para recopilar elementos específicos sobre la práctica periodística deportiva. Asimismo, los métodos utilizados mantienen la objetividad ya que se basan en información proporcionada por páginas de Facebook orientadas al deporte.

## **Credibilidad**

Rada (2016), explica que la credibilidad se logra cuando un investigador recopila información, principalmente a través de observaciones y conversaciones relativamente extensa con los participantes del estudio, lo que da como resultado hallazgos que los participantes reconocen como una representación precisa de la medida en que los resultados de la investigación reflejan efectivamente una comprensión clara y representativa de una realidad o una situación.

La presente investigación opta por realizar la ficha de observación como único instrumento. Esto, con la finalidad de tener un mejor base y sustento respecto al análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020.

### **3.6 Técnicas de procesamiento de datos**

Para este proceso se utilizará la técnica del análisis e interpretación, donde se indagará acerca de la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook con la finalidad de obtener un mejor resultado.

De acuerdo con Urbano (2016), el proceso de análisis e interpretación de datos en una investigación cualitativa requiere una cantidad considerable de tiempo, particularmente para los investigadores que son novicios en este campo de trabajo. Esto cobra fuerza cuando no se está familiarizado con las definiciones de términos clave como “análisis” y “cualitativo”.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

En la investigación presente se tiene como único instrumento utilizado la ficha de observación, éste fue usado para la obtención de resultados.

La citada ficha de observación que, a su vez, ha sido utilizada para esta investigación fue ejecutada teniendo como base tres páginas de Facebook orientadas al deporte:

- Todos los Hinchas
- Silvio Valencia Oficial
- Son Datos No Opiniones

El análisis del contenido de las mencionadas páginas de Facebook fue ejecutado teniendo como base 15 indicadores y un total de 13 semanas, partiendo desde el 1 de junio hasta el 31 de agosto del 2020.

El instrumento está enfocado a la calidad del contenido que ofrecen las páginas de Facebook anteriormente mencionadas, priorizando las imágenes, morbosidad y la orientación de las noticias presentadas a los seguidores las mismas.

## Resultados de la página Todos los Hinchas

Ficha de observación para la recolección de datos referente a la calidad de contenido en la práctica periodística deportiva en la red Social Facebook entre julio y agosto del 2020 en la página Todos los Hinchas.

**Título:** *Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020*

Semana 1 (1 junio – 6 junio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait	X		
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos		X	
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes	X		
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X		
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes		X	
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X		
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'fútbolero'		X	
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS	X		

Nota. Ficha de observación de la página Todos los Hinchas, Semana 1 (1 de junio – 6 de junio)

Semana 7 (12 julio – 18 julio)							
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN	
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de <u>clickbait</u>	X			
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X			
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X			
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso	X			
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X			
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X		
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X		
		Edición fotográfica	Edición de fotos	X			
		<u>Fotoreportajes</u>	Presentación de <u>fotoreportajes</u>	X			
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X			
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional	X			
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes	X			
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X			
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial ‘futebolero’	X			
		<u>Open Broadcaster Software (OBS)</u>	Uso de la plataforma OBS	X			

Nota. Ficha de observación de la página Todos los Hinchas, Semana 7 (12 de julio – 18 de julio)

Semana 13 (23 agosto – 31 agosto)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait		X	
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos	X		
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes	X		
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo		X	
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional	X		
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes	X		
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X		
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'fútbolero'		X	
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS	X		

Nota. Ficha de observación de la página Todos los Hinchas, Semana 13 (23 de agosto – 31 agosto)

 Usodeclickbait	 Respetodelasreglas deortografía	 Sentidolinealdeltexto	 Textoexcesivam enteextenso	 Usodedatos deportivos	 REDACCIÓN DEPORTIVA	 REDACCIÓN DEPORTIVA _1
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
0	1	1	0	1	3	REGULAR
0	1	1	0	1	3	REGULAR
0	1	1	0	1	3	REGULAR
0	1	1	0	1	3	REGULAR

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **redacción deportiva**

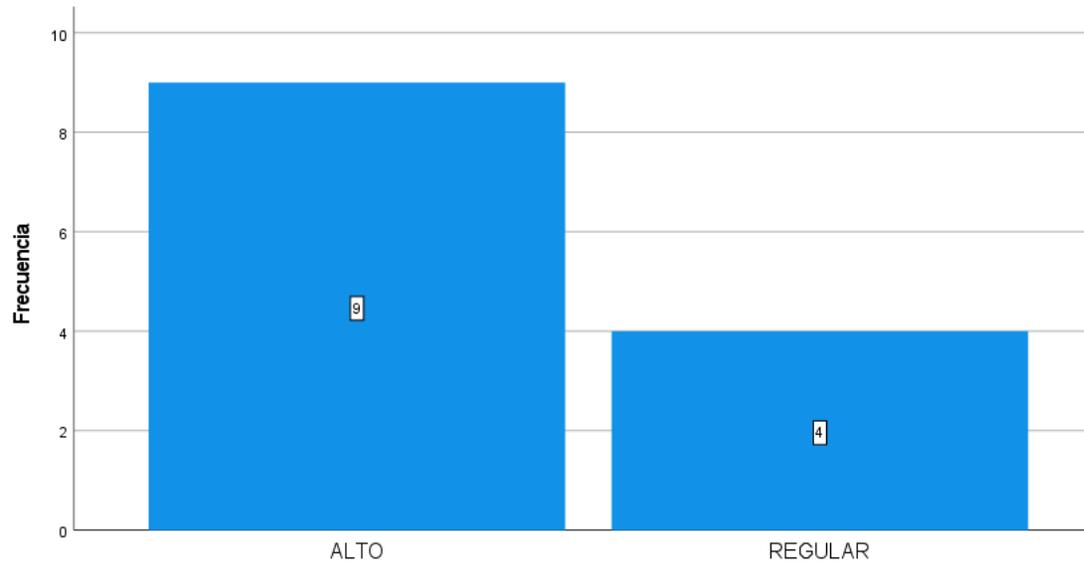
Usodecámara profesional	Usodelente teleobjetivo	Edición de fotos	Presentación de fotoreportajes	Usoderecurso fotográfico externo	FOTOGRAFÍA DEPORTIVA	FOTOGRAFÍA DEPORTIVA_1
0	0	0	1	1	2	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **fotografía deportiva**.

Usodemicrofono profesional	Usodeintenciones devoz fuertes	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	Usodelenguaje coloquial futbolero'	Usodelaplataforma OBS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS_1
0	0	1	0	1	2	REGULAR
0	0	1	0	1	2	REGULAR
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **transmisiones deportivas**.

La **subcategoría de redacción deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: clickbait, ortografía, sentido del texto, extensión del texto y utilización de datos deportivos. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de clickbait, respeto de las reglas de ortografía, sentido lineal del texto, texto excesivamente extenso, uso de datos deportivos.

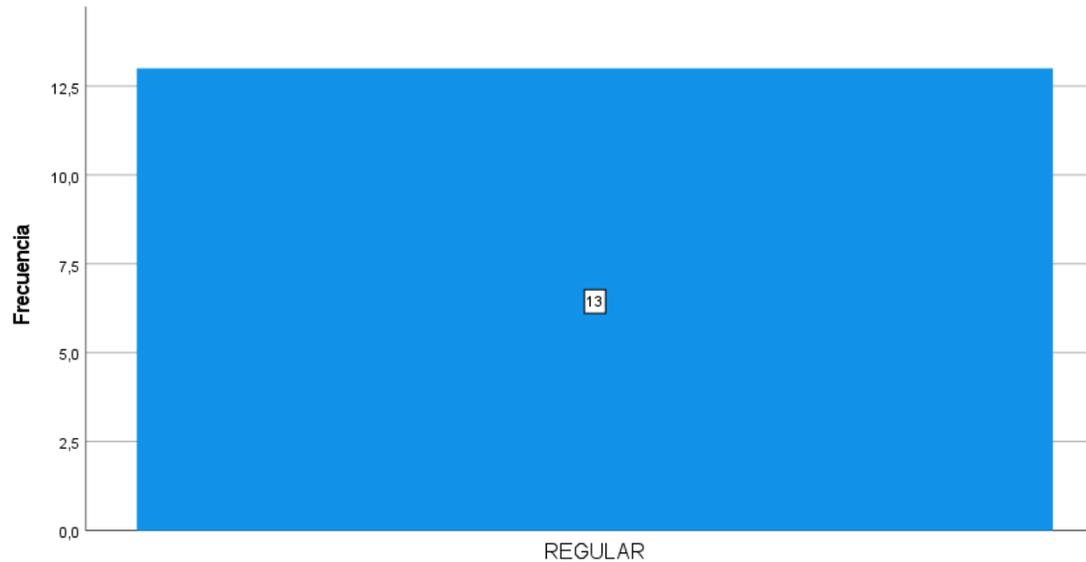


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría redacción deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor regular de menor grado con un total de 4 (30,8%). En primer lugar, queda el valor alto con un total de 9 (69,2%).

Es por eso, que se determinó que la página de Facebook Todos los Hinchas tiene una buena redacción deportiva con enfoque periodístico, respetando las reglas de ortografía, la linealidad del texto y la utilización de datos deportivos.

La **subcategoría de fotografía deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: cámara fotográfica, lentes teleobjetivos, edición fotográfica, fotorreportajes y recurso fotográfico. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de cámara profesional, uso de lente teleobjetivo, edición de fotos, presentación de fotorreportajes y uso de recurso fotográfico externo.

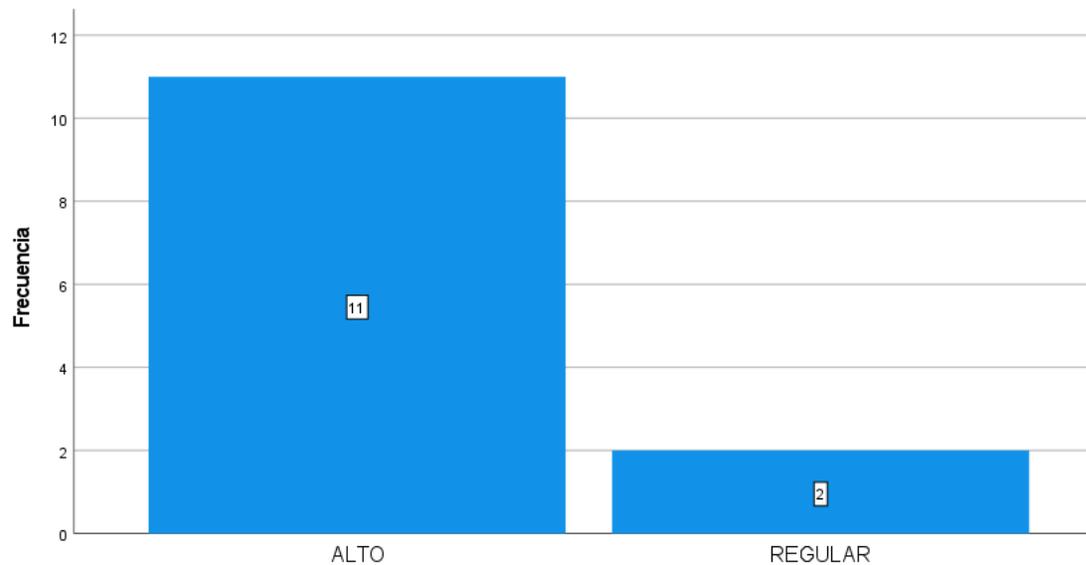


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría fotografía deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor regular con un total de 13 (100%).

Es por eso, que se determinó que la página de Facebook Todos los Hinchas presenta una fotografía deportiva aceptable pero poco profesional, ya que priorizan la presentación de fotorreportajes usando el recurso fotográfico externo.

La **subcategoría de transmisiones deportivas** tiene integradas las **subcategorías 2** de: micrófonos condensadores, intenciones de voz, expresiones verbales y no verbales, lenguaje coloquial, Open Broadcaster Software (OBS). Asimismo, se utilizó los ítems de uso de micrófono profesional, uso de intenciones de voz fuertes, énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales, uso de lenguaje coloquial ‘futebolero’ y uso de la plataforma OBS.



Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría transmisión deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor regular con un total de 2 (15,4%). En primer lugar, queda el valor alto con un total de 11 (84,6%)

Es por eso, que se determinó que la página de Facebook Todos los Hinchas elabora sus transmisiones deportivas con una buena calidad, teniendo como prioridad el uso de la plataforma de streaming OBS y el uso de micrófonos condensadores profesionales.

### Resultados de la página Silvio Valencia Oficial

Ficha de observación para la recolección de datos referente a la calidad de contenido en la práctica periodística deportiva en la red Social Facebook entre julio y agosto del 2020 en la página Todos los Hinchas.

**Título:** *Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020*

Semana 1 (1 junio – 6 junio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait		X	
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos		X	
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos		X	
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes		X	
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X		
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes		X	
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X		
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'futebolero'	X		
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS		X	

Nota. Ficha de observación de la página Silvio Valencia Oficial, Semana 1 (1 de junio – 6 de junio)

Semana 7 (12 julio – 18 julio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait	X		
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos		X	
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes		X	
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X		
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes	X		
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X		
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'fутbolero'	X		
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS		X	

Nota. Ficha de observación de la página Silvio Valencia Oficial, Semana 7 (12 de julio – 18 de julio)

Semana 13 (23 agosto – 31 agosto)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de <del>clickbait</del>		X	
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto		X	
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso	X		
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos		X	
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional	X		
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos	X		
		<del>Fotoreportajes</del>	Presentación de <del>fotoreportajes</del>	X		
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo		X	
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional	X		
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes	X		
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales	X		
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'fútbolero'	X		
		<del>Open Broadcaster Software (OBS)</del>	Uso de la plataforma OBS	X		

Nota. Ficha de observación de la página Silvio Valencia Oficial, Semana 13 (23 de agosto – 31 de agosto)

Usodeclickbait	Respetodelasre glasdeortografía	Sentidolineal del texto	Textoexcesiva m enteextenso	Usodedatosde p ortivos	REDACCIÓN DEPORTIVA	REDACCIÓN DEPORTIVA _1
1	0	1	0	0	2	REGULAR
1	0	1	0	0	2	REGULAR
1	0	1	0	0	2	REGULAR
1	0	1	0	0	2	REGULAR
1	0	1	0	1	3	REGULAR
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	1	0	4	ALTO
1	1	0	1	0	3	REGULAR
0	1	0	1	0	2	REGULAR
0	1	0	1	0	2	REGULAR
0	1	0	1	0	2	REGULAR

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **redacción deportiva**

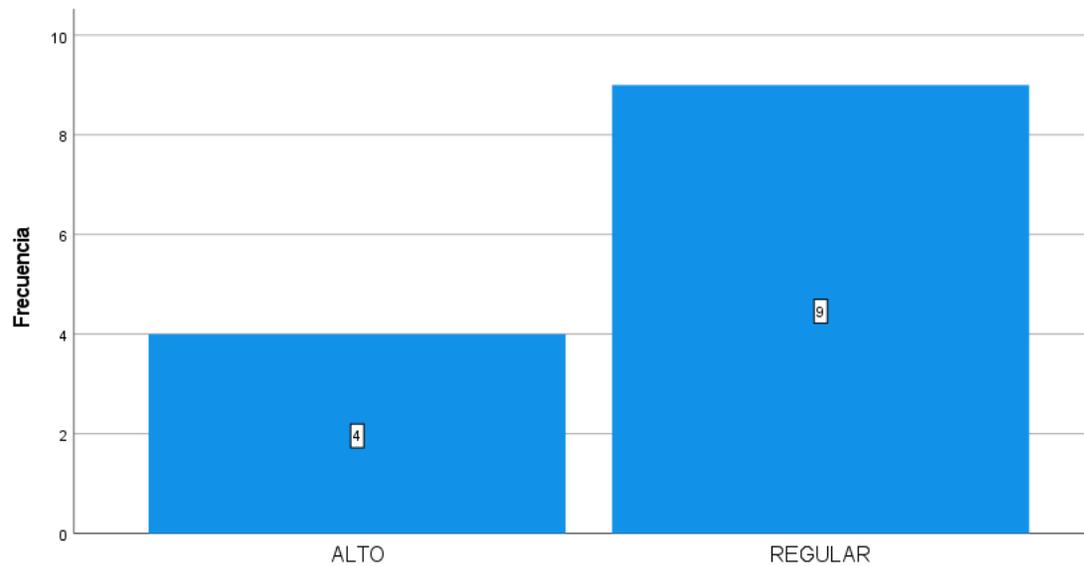
Usodecámara profesional	Usodelente teleobjetivo	Edición de fotos	Presentación de fotoreportajes	Usoderecurso fotográfico externo	FOTOGRAFÍA DEPORTIVA	FOTOGRAFÍA DEPORTIVA_1
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	1	1	1	2 REGULAR
0	0	0	1	0	1	1 REGULAR
1	0	1	1	0	3	REGULAR
1	0	1	1	0	3	REGULAR
1	0	1	1	0	3	REGULAR
1	0	1	1	0	3	REGULAR

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **fotografía deportiva**

Usodemicrofono profesional	Usodeintencionesdevozfuertes	Énfasisenlasexpresiones verbales sobrelasnoverbales	Usodelenguajecoloquial'futbolero'	Usodelaplataforma OBS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS_1
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	1	1	1	0	3	REGULAR
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **transmisiones deportivas**

La **subcategoría de redacción deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: clickbait, ortografía, sentido del texto, extensión del texto y utilización de datos deportivos. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de clickbait, respeto de las reglas de ortografía, sentido lineal del texto, texto excesivamente extenso, uso de datos deportivos.

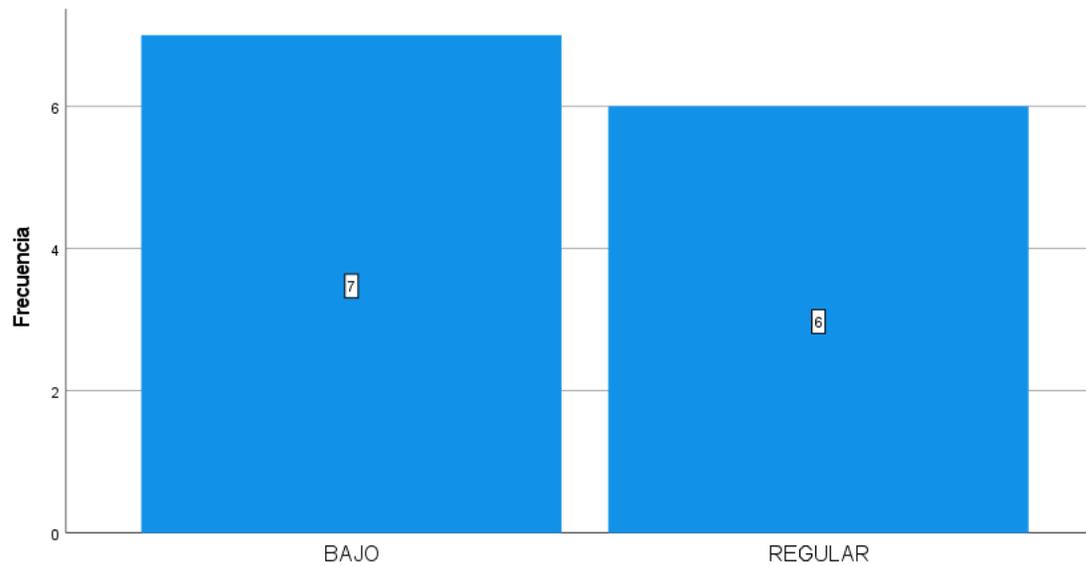


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría redacción deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor alto con un total de 4 (30,8%). En primer lugar, queda el valor regular con un total de 9 (69,2%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Silvio Valencia Oficial elabora sus redacciones deportivas con enfoque periodístico de forma aceptable, prioriza más el uso del *clickbait* y la linealidad del texto, dejando de lado el uso de datos deportivos.

La **subcategoría de fotografía deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: cámara fotográfica, lentes teleobjetivos, edición fotográfica, fotorreportajes y recurso fotográfico. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de cámara profesional, uso de lente teleobjetivo, edición de fotos, presentación de fotorreportajes y uso de recurso fotográfico externo.

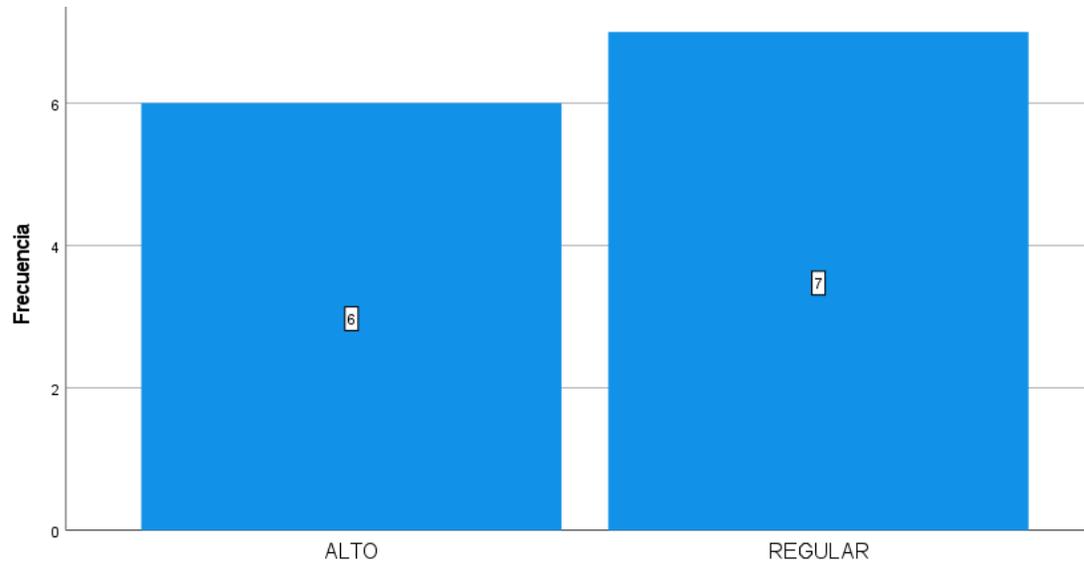


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría fotografía deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor regular con un total de 6 (46,2%). En primer lugar, queda el valor bajo con un total de 7 (53,8%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Silvio Valencia Oficial elabora sus fotografías deportivas con enfoque periodístico de forma aceptable, prioriza más el uso del recurso fotográfico externo.

La **subcategoría de transmisiones deportivas** tiene integradas las **subcategorías 2** de: micrófonos condensadores, intenciones de voz, expresiones verbales y no verbales, lenguaje coloquial, Open Broadcaster Software (OBS). Asimismo, se utilizó los ítems de uso de micrófono profesional, uso de intenciones de voz fuertes, énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales, uso de lenguaje coloquial ‘futebolero’ y uso de la plataforma OBS.



Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría transmisiones deportivas.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor alto con un total de 6 (46,2%). En primer lugar, queda el valor regular con un total de 7 (53,8%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Silvio Valencia Oficial elabora sus transmisiones deportivas con una calidad de contenido regular y aceptable, teniendo como prioridad el uso de un lenguaje ‘coloquial futbolero’ y haciendo énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales.

### Resultados de la página Son Datos No Opiniones

Ficha de observación para la recolección de datos referente a la calidad de contenido en la práctica periodística deportiva en la red Social Facebook entre julio y agosto del 2020.

**Título:** *Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020*

Semana 1 (1 junio – 6 junio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait		X	
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto		X	
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		Datos propios
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos		X	
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes		X	
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X		
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes		X	
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales		X	
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'futebolero'		X	
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS		X	

Nota. Ficha de observación de la página Son Datos No Opiniones, Semana 1 (1 de junio – 6 de junio)

Semana 7 (12 julio – 18 julio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait	X		
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso		X	
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		Datos propios
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos	X		
		Fotoreportajes	Presentación de fotoreportajes	X		
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo	X		
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes		X	
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales		X	
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'fubolero'	X		
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS		X	

Nota. Ficha de observación de la página Son Datos No Opiniones, Semana 7 (12 de julio – 18 de julio)

Semana 13 (23 agosto – 31 agosto)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de <u>clickbait</u>		X	
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía	X		
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto	X		
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso	X		
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos	X		Datos propios
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional		X	
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo		X	
		Edición fotográfica	Edición de fotos	X		
		Fotoreportajes	Presentación de <u>fotoreportajes</u>	X		
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo		X	
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional		X	
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes		X	
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales		X	
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial 'futebolero'		X	
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS		X	

Nota. Ficha de observación de la página Son Datos No Opiniones, Semana 13 (12 de julio – 31 de agosto)

Usodeclickbait	Respetodelasreglas deortografía	Sentidolinealdel texto	Textoexcesivamente extenso	Usodedatos deportivos	REDACCIÓN DEPORTIVA	REDACCIÓN DEPORTIVA_ 1
0	1	0	0	1	2	REGULAR
0	1	0	0	1	2	REGULAR
0	1	0	0	1	2	REGULAR
0	1	0	0	1	2	REGULAR
1	1	0	0	1	3	REGULAR
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	0	1	4	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
1	1	1	1	1	5	ALTO
0	1	1	1	1	4	ALTO
0	1	1	1	1	4	ALTO
0	1	1	1	1	4	ALTO
0	1	1	1	1	4	ALTO

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **redacción deportiva**

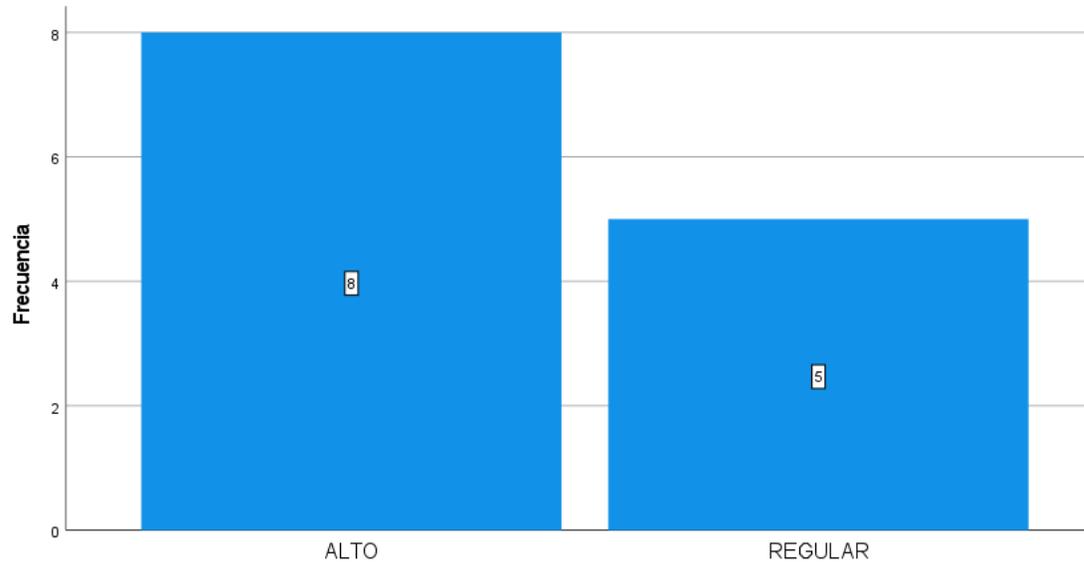
 Usodecámara profesional	 Usodelente teleobjetivo	 Ediciónde fotos	 Presentaciónde fotoreportajes	 Usoderecurso fotográficoexterno	 FOTOGRAFÍA DEPORTIVA	 FOTOGRAFÍA DEPORTIVA_1
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	0	1	1	BAJO
0	0	0	1	1	2	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	1	3	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR
0	0	1	1	0	2	REGULAR

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **fotografía deportiva**

Usodemicrofono profesional	Usodeintencion esdevozfuerres	Énfasisenlas expresionesv erbalessobrel.	Usodelenguaje coloquial'futbol ero'	Usodelaplataforma OBS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS	TRANSMISIONES DEPORTIVAS_1
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	1	0	1 BAJO
0	0	0	0	1	0	1 BAJO
0	0	0	0	1	0	1 BAJO
0	0	0	0	1	0	1 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO
0	0	0	0	0	0	0 BAJO

Nota. Tabla de SPSS de la subcategoría **transmisiones deportivas**

La **subcategoría de redacción deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: clickbait, ortografía, sentido del texto, extensión del texto y utilización de datos deportivos. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de clickbait, respeto de las reglas de ortografía, sentido lineal del texto, texto excesivamente extenso, uso de datos deportivos.

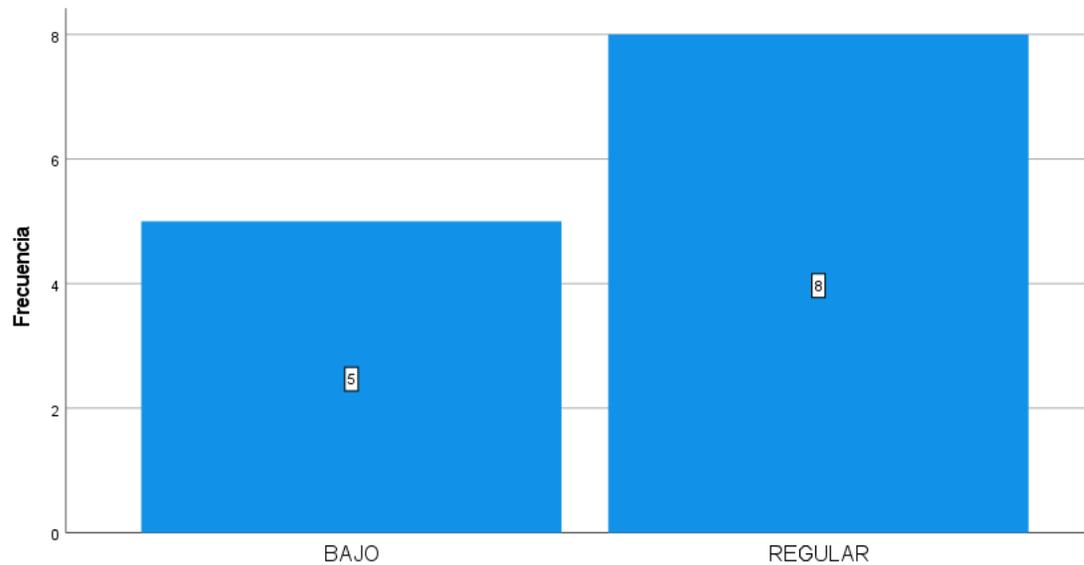


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría redacción deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor alto con un total de 8 (61,5%). En primer lugar, queda el valor regular con un total de 5 (38,5%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Son Datos No Opiniones elabora sus redacciones deportivas con enfoque periodístico de forma correcta, prioriza el correcto uso de las reglas de ortografía, la linealidad del texto y utiliza datos deportivos propios.

La **subcategoría de fotografía deportiva** tiene integradas las **subcategorías 2** de: cámara fotográfica, lentes teleobjetivos, edición fotográfica, fotorreportajes y recurso fotográfico. Asimismo, se utilizó los ítems de uso de cámara profesional, uso de lente teleobjetivo, edición de fotos, presentación de fotorreportajes y uso de recurso fotográfico externo.

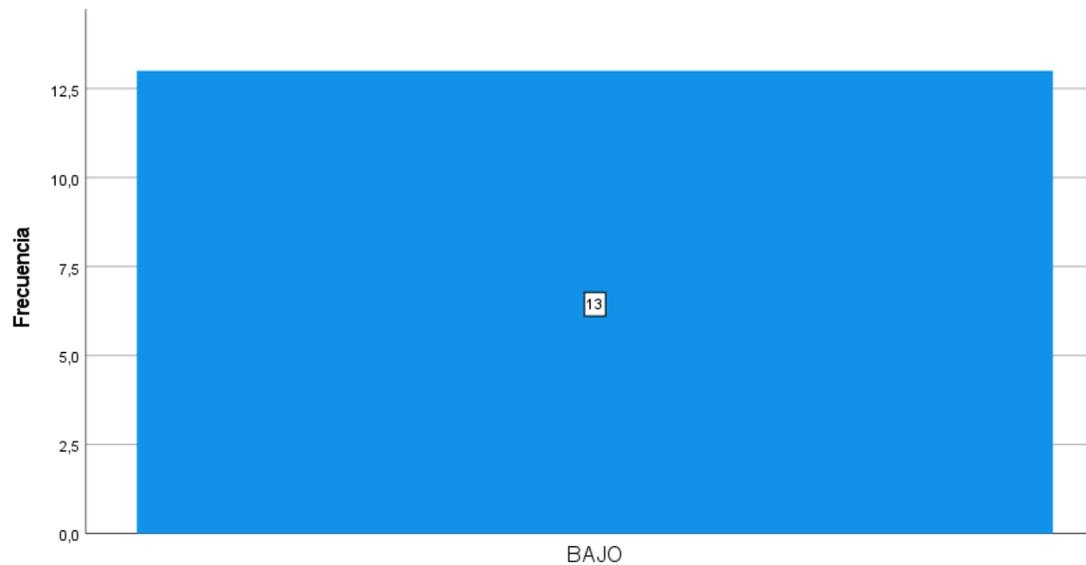


Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría fotografía deportiva.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor regular con un total de 8 (61, 5%). En primer lugar, queda el valor bajo con un total de 5 (38,5%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Son Datos No Opiniones presenta fotografías aceptables, enfatizando en la presentación de fotorreportajes y en la no utilización de recursos fotográficos externos.

La **subcategoría de transmisiones deportivas** tiene integradas las **subcategorías 2** de: micrófonos condensadores, intenciones de voz, expresiones verbales y no verbales, lenguaje coloquial, Open Broadcaster Software (OBS). Asimismo, se utilizó los ítems de uso de micrófono profesional, uso de intenciones de voz fuertes, énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales, uso de lenguaje coloquial ‘futebolero’ y uso de la plataforma OBS.



Nota. Resultados gráficos de la ficha de observación de la subcategoría transmisiones deportivas.

Respecto a las 13 fichas de observación posteriormente evaluadas, se determinó que existe un valor bajo con un total de 13 (100%).

Es por eso, que se determina que la página de Facebook Son Datos No Opiniones, elabora sus transmisiones deportivas con una baja calidad. No es constante en la elaboración de transmisiones deportivas.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

A continuación, se procederá a discutir los resultados en función a los objetivos trazados en el presente estudio

Sobre el objetivo general, que es analizar el tipo contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020, se aplicó la ficha de observación obteniendo diferentes resultados teniendo como base las subcategorías mostradas previamente.

Respecto a la subcategoría **redacción deportiva** las tres páginas de Facebook orientadas al deporte muestran diferentes enfoques referentes a la ejecución. La página ‘Todos los Hinchas’ ofrece una **buena** redacción, respetando las reglas de ortografía, la linealidad del texto y utilizando datos deportivos. Asimismo, la página ‘Silvio Valencia Oficial’ ofrece una redacción **aceptable** ya que prioriza el uso del *clickbait*, respeta la linealidad del texto, sin embargo, no utiliza datos deportivos. Finalmente, la página ‘Son Datos No Opiniones’ muestra una **correcta** redacción deportiva, respetando las reglas de ortografía, la linealidad del texto y la mayor virtud que tiene esta página es que utiliza datos deportivos propios.

Haciendo un desglose más detallado, se pudo ver que todas las páginas anteriormente mencionadas, tienen como prioridad atraer seguidores y fidelizar usuarios, cada una en una forma distinta a la otra. La página ‘Silvio Valencia Oficial’, con la finalidad de atraer más seguidores, excede en el uso del *clickbait* utilizando titulares sensacionalistas y un tanto morbosos. Asimismo, la página ‘Son Datos No Opiniones’ fideliza y atrae seguidores ofreciendo **datos deportivos** exclusivos y detallados. Finalmente, la página ‘Todos los Hinchas’ consigue seguidores a través del **sentido del texto** sus redacciones son cortas, concisas y siguen una linealidad muy marcada.

Esto se puede contrastar con lo mencionado por Melgar (2021) en la que nos define el *clickbait* como el material existente que tiene como propósito llamar la atención y atraer a las personas para que hagan clic a un enlace o interactúen con alguna publicación. Cada medio de comunicación realiza este tipo de proceso con diferente intensidad para atraer vistas o seguidores.

Sobre la subcategoría **fotografía deportiva**, respecto a las mismas páginas y la ejecución de esta, nos muestra que la página ‘Todos los Hinchas’ ofrece una fotografía no profesional pero **aceptable**, les dan prioridad a los fotorreportajes y usan fotografías sacadas de bancos de imágenes. Por otro lado, la página ‘Silvio Valencia Oficial’ ofrece fotografías de carácter **aceptable**, no elabora fotorreportajes y también utiliza fotografías de bancos de imágenes. Finalmente, la página ‘Son Datos No Opiniones’, muestra fotografías igualmente **aceptables**, presentan fotorreportajes y utiliza imágenes propias previa edición.

Observando con mayor detalle, se pudo notar que las páginas buscan reforzarse visualmente con fotografías. La página ‘Son Datos No Opiniones’ es la que más se ha reforzado utilizando como alternativa la **edición fotográfica** en la muestra foto de los jugadores junto con algunos datos relacionados a la imagen. A su vez, la página ‘Todos los Hinchas’ tiene como virtud fotográfica la presentación de **fotorreportajes** que utilizan como refuerzo a la información. Finalmente, la página ‘Silvio Valencia Oficial’ solo le da prioridad a las fotografías obtenidas de un banco de imágenes de **recurso fotográfico**.

Este hallazgo lo refuerza lo mencionado por Casimiro (2018), que afirma que la fotografía deportiva se ha considerado como una forma de arte menor, a menudo vista más como un medio para transmitir información que como valor estético. Este punto de vista es originado por la noción de que la fotografía o edición fotográfica que muestre hazañas deportivas eclipsan el atractivo visual y el talento del fotógrafo o editor.

En el caso de la subcategoría de **transmisiones deportivas**, las mismas cuentas de Facebook muestran grandes diferencias respecto a su ejecución. ‘Todos los Hinchas’ ofrece una calidad **buena** en sus transmisiones en vivo, ya que utiliza micrófonos profesionales y el OBS como plataforma principal de *streaming*. Asimismo, sus transmisiones están orientadas a la información y difusión de noticias o sucesos trascendentales como partidos de fútbol. La página ‘Silvio Valencia Oficial’ ofrece una calidad **regular** ya que, aunque utilicen una plataforma de transmisiones correcta como es el caso del OBS, el contenido de estas está orientado al morbo y sensacionalismo, disfrazado de información. A su vez, utilizan un lenguaje ‘coloquial futbolero’ y vulgar lo cual también le quita calidad al contenido de la transmisión. Finalmente, la página ‘Son Datos No Opiniones’ ofrece una calidad **baja** respecto a sus transmisiones en vivo, el motivo es que esta página de Facebook no realiza transmisiones con frecuencia.

Siendo más preciso en la observación, se pudo visualizar que las páginas buscan darle un valor agregado con la innovación de transmisiones en vivo. La página ‘Todos los Hinchas’ ha reforzado esta área con **micrófonos condensadores**, esto les da un audio más profesional a sus transmisiones, sobre todo cuando realizan transmisiones de partidos de fútbol, donde emplean un lenguaje más profesional de acuerdo con el suceso que están informando. Por otro lado, la página ‘Silvio Valencia Oficial’ al realizar sus transmisiones por momentos dejan de lado la información y le dan prioridad al uso del **lenguaje coloquial**, discutiendo sobre algún suceso deportivo de forma brusca y soez. Finalmente, la página ‘Son Datos No Opiniones’ no realiza transmisiones deportivas de corte de debate o deportivo.

Esto puede contrastarse con lo que menciona Muñoz (2019), que revela mediante un estudio previo, que los jóvenes entre 18 y 29 años consideran las redes sociales, sobre todo las transmisiones en vivo, no solo como una forma de distracción, también como una fuente principal de información. Dejando en claro que una gran cantidad de la población global usa la red social Facebook para informarse.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

De acuerdo con el objetivo general que se planteó desde el inicio de la presente investigación, pudieron conocerse detalles sobre la calidad de la práctica periodística deportivas a través de la red social Facebook entre junio y agosto del 2020. En base a la muestra, se puede llegar a la conclusión de que son medios emprendedores digitales que intentan cumplir con la labor periodística orientada a los deportes, enfocándose con mayor frecuencia al fútbol nacional e internacional.

Sobre el análisis de contenido de las páginas de Facebook con enfoque deportivo realizado en los meses de junio, julio y agosto del 2020; pudo verse una gran diferencia respecto a la calidad que ofrece cada página. Los administradores de dichas páginas también tienen un diferente grado de jerarquía y experiencia como periodistas y esto deja una expectativa alta con lo que se espera visualizar en el contenido que puedan ofrecer a los usuarios.

Silvio Valencia, administrador de ‘Silvio Valencia Oficial’, es un periodista que lleva años de experiencia ejerciendo como profesional, sin embargo, el contenido que ofrece es de carácter morboso y sensacionalista, tanto sus publicaciones como sus transmisiones. Por otro lado, Jesús Chirinos, administrador de ‘Son Datos No Opiniones’ es un ingeniero y periodista que recién ha empezado a ejercer la carrera de Periodismo Deportivo, su contenido es exclusivo de datos especializados y propios, comúnmente orientados al fútbol. Finalmente, Ubaldo Villalobos, Marco Mejía, Alvaro Guevara y Michel Aparcana, administradores de la página ‘Todos los Hinchas’; son cuatro inexpertos estudiantes de periodismo, el contenido que ofrecen no es sensacionalista pero sí llamativo respecto a publicaciones y transmisiones en vivo.

En referencia al objetivo específico de redacción deportiva, las tres páginas tienen muy marcada su línea editorial al momento de realizar una publicación en sus respectivas páginas que incluya texto. Demostrando que las publicaciones de ‘Silvio Valencia Oficial’ tienden a exagerar la información para llamar la atención del usuario, volviéndose la página más sensacionalista, respecto a redacción, de las tres citadas; ‘Todos los Hinchas’ se limita exclusivamente a mostrar la

información como es y ‘Son Datos No Opiniones’ brinda un dato estadístico referente a la noticia deportiva que esté difundándose.

En relación con el objetivo específico de fotografía deportiva, las tres páginas tienen el objetivo de innovar visualmente sus imágenes para lograr ser más atractivos para sus seguidores. Demostrando que ‘Son Datos No Opiniones’ tiene una línea gráfica pauteada para la realización de publicaciones, volviéndose la página más atractiva, respecto a fotografía e imagen, de las tres citadas; ‘Todos los Hinchas’ ve la fotografía e imagen como un apoyo para sus redacciones, existiendo casos excepcionales en las que publican fotorreportajes, ‘Silvio Valencia Oficial’ solo se limita a conseguir imágenes y fotografías de un banco de imágenes.

En referencia al objetivo específico de transmisión deportiva, dos, de las tres páginas se plantean el ofrecimiento de ‘contenido fusión’ con respecto a transmisiones en vivo sin dejar de lado la forma de expresar la información cuando están delante de una cámara. Demostrando que ‘Todos los Hinchas’ tiene como objetivo difundir información o transmitir los sucesos ocurridos en un partido de fútbol, siendo una de las primeras páginas en combinar el formato radial y televisivo; ‘Silvio Valencia Oficial’ enfoca sus transmisiones al morbo más que a la información sobre noticias deportivas, mientras que ‘Son Datos No Opiniones’, no realiza transmisiones.

## **6.2 Recomendaciones**

Como bien se sabe, la investigación presente tiene un enfoque cualitativo que ha sido efectuado con la ejecución del instrumento de la ficha de observación, sin embargo, la recomendación que se deja es la ampliación del presente estudio, dándole un enfoque diferente como el cuantitativo o el enfoque mixto. Bajo esa premisa, aparte de la ficha de observación, emplear otros instrumentos como la encuesta a los usuarios que consumen este tipo de contenido, con el objetivo de medir la interacción de estos con páginas de Facebook orientadas al deporte.

En el ejercicio profesional se recomienda usar como referencia la investigación presente, para darle mayor fundamento análisis de calidad de contenido que pueden ofrecer determinadas páginas de Facebook orientadas al deporte. Asimismo, deja una enseñanza a los futuros periodistas que buscan un enfoque al momento de informar a través de redes sociales o medios web.

## REFERENCIAS

- Alcoba, A. (1972) *¿Contamos contigo?* G. Del Toro.
- Alcoba, A. (1993) *Cómo hacer periodismo deportivo*. G. Del Toro.
- Benavides, M., y Chávez, J. (2017). *Análisis del uso de la Red Social Facebook, como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en las páginas Futbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino*. <https://repositorio.unan.edu.ni/8987/>
- Berti, F. (2010). *Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. Creación y producción en diseño y comunicación*. 2(1), 43-45. [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/163\\_libro.pdf#page=43](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/163_libro.pdf#page=43)
- Bolós, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. (Vol. 4). Comunicación Social. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8xV-hH2JQMUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=periodismo+informativo&ots=oZBXnJ5h62&sig=1w15eBRdxlnJQE19RE4ruQT-GmE#v=onepage&q=periodismo%20informativo&f=false>
- Cuba, G. (2019). *La influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo según los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza*. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/155>
- Chumbiauca, R. (2021). *La comunicación digital del club Alianza Lima en Facebook para adaptar el mensaje a sus seguidores durante la pandemia por el Covid-19*. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11634>
- Tejedor, S., Cervia, L., y Vecino, C. (2020). *El fútbol en las redes sociales: Análisis de la presencia en Facebook de los principales equipos de Europa*. *Revista iberoamericana de psicología del ejercicio y el deporte*, 15(3), 150-156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7718336>
- Cuevas, C. (2016). *La gestión de las redes sociales en los medios de comunicación deportivos. Análisis de la cobertura periodística de un partido de fútbol*. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/166084>
- Díaz, S. (2017). *Análisis de las redes sociales como fuentes de información en la plataforma web de los diarios La República y El Comercio*. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/100>

- Guerrero, L. (2016) *Definición de periodismo deportivo*. edición número 43. Definición MX. <https://definicion.mx/periodismo-deportivo/>
- Iglesias, F., y Romero, J. (2021). *Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo 2020*. <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7142>
- Kovach, B., y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Aguilar. <https://acortar.link/CAUy4X>
- Muñoz, F. (2019) *Evolución de la comunicación corporativa del Ayuntamiento de Elche con las redes sociales y Facebook Live*. <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/88465>
- Pérez, G. (2014). *El periodismo deportivo en Twitter: análisis del uso de la herramienta por parte de los profesionales de la información*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=99719>
- Taquiri, P. (2021). *El recurso informático “YouTube” y la práctica periodística deportiva para los alumnos de periodismo de la UJBM, en 2019*. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/220>
- Villacrés, L. (2017). *Facebook Live y su aplicación en los programas deportivos de las radios de la Ciudad de Ambato*. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26868>
- Chumbiauca, R. (2021). *La comunicación digital del Club Alianza Lima en Facebook para adaptar el mensaje a sus seguidores durante la pandemia por el covid-19*. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/90d4ab42-7980-4b60-9171-75fdadf91968/content>
- Yagual, D. (2017). *Análisis de la red social Facebook y su aporte al Periodismo Deportivo en la tercera etapa del sector pude mucho lote uno de la ciudad de Guayaquil*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/21474>
- Lozada, J. (2014). *Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria*. CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 3(1), 47-50.
- Silva, D. (2022). *Canales digitales: La nueva apuesta del periodismo*. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34616>
- Ramírez, M. (2021). *¿Información o entretenimiento? El sensacionalismo en el periodismo deportivo*.

- [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17221/Ramirez\\_fm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17221/Ramirez_fm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mccombs, M. y Shaw, D. (1972) *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Public Relations Review, 3, 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. <http://hdl.handle.net/10045/2297>
- Dearing, J., y Rogers, E. (1996). *Agenda-setting* (Vol. 6). Sage.
- Funkhouser, G. (1973). *The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion*. Public Opinion Quarterly, 37(1), 62-75. <https://doi.org/10.1086/268060>
- Casimiro, C. (2018). *El arte del deporte a través de las lentes*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110162/CASIMIRO%20-%20El%20arte%20del%20deporte%20a%20trav%c3%a9s%20de%20las%20lentes..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olivera, J. (2007). *Sobre el arte deportivo*. Apunts Educación Física y Deportes, (89), 3-6. <https://www.redalyc.org/pdf/5516/551656952002.pdf>
- Martínez, M., Santos, A., y Belmont, G. (2021). *La fotografía deportiva: el caso del Archivo Fotográfico de El Heraldo de México en la Universidad Iberoamericana*. [https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/5921/SPAC\\_Art\\_03.pdf?sequence=1](https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/5921/SPAC_Art_03.pdf?sequence=1)
- Melgar, H. (2021). *El clickbait como estrategia del sensacionalismo en Depor.com para informar sobre el caso Paolo Guerrero y su vinculación a Boca Juniors entre noviembre de 2019 y enero de 2020*. Correspondencias & Análisis, (13), 35-66. <https://doi.org/10.24265/cian.2021.n13.02>
- Barriga, R. (2010). *¿Jubilar la ortografía?* Revista electrónica de investigación educativa, 12(2), 1-5. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-40412010000200009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412010000200009)
- Parra, L. y Álvarez, F. (2021). *Síndrome de la sobrecarga informativa: una revisión bibliográfica*. [https://www.researchgate.net/profile/Luis-Parra-Medina/publication/356960369\\_Information\\_overload\\_syndrome\\_a\\_bibliographic\\_review/links/630143baaa4b1206fac5e5d8/Information-overload-syndrome-a-bibliographic-review.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luis-Parra-Medina/publication/356960369_Information_overload_syndrome_a_bibliographic_review/links/630143baaa4b1206fac5e5d8/Information-overload-syndrome-a-bibliographic-review.pdf)

- Glaría, J. (2022) *El Big Data y el análisis de datos en el mundo del deporte (1970-2022)*.  
<https://zaguan.unizar.es/record/124966>
- Buleceovich, L., y Haile, R. (2020). *Construyendo el sentido del plano. TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL I*. <https://core.ac.uk/reader/296398430#page=12>
- Guzzo, M. (2016). *Retoque fotográfico y diseño gráfico*.  
<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/programas/pp.9551/pp.9551.pdf>
- Aballe, E. (2020). *El Fotorreportaje en el Sitio www. aldia. cu* [tesis de bachiller], Universidad de Holguin Facultad de Comunicación y Letras. Dto Periodismo.).  
<https://repositorio.uho.edu.cu/bitstream/handle/uho/8611/TRABAJO%20DE%20DIPLOMA%20EDUARDO%20ABALLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, J., Marcos, J., y Villegas, R. (2007). *Los recursos fotográficos en los periódicos digitales: valores de la fotografía digital*. Ibersid: Revista De Sistemas De información Y documentación, 1, 211–218. <https://doi.org/10.54886/ibersid.v1i.3298>
- Pérez, Ó. (2023). *Diseño y construcción de un amplificador para micrófono* [tesis de bachiller] Universitat Politècnica de Catalunya. [tfg-oscar-perez-gonzalez-memoria-final.pdf](https://hdl.handle.net/10803/9351)
- Sellas, A. (2009). *La voz de la Web 2.0. Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora* [tesis Doctoral] Universitat Internacional de Catalunya. <http://hdl.handle.net/10803/9351>
- Montes, R. (1994). *Relaciones entre expresiones verbales y no verbales en la organización del discurso*. Estudios de lingüística aplicada, (19).  
<https://ela.enallt.unam.mx/index.php/ela/article/view/257/237>
- Esquisabel, O., y Legris, J. (2010). *Lenguaje universal e inefabilidad de la semántica*.  
[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/190373/CONICET\\_Digital\\_Nro.a5203e17-6d43-476a-ba56-6eccaeada1bf\\_E.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/190373/CONICET_Digital_Nro.a5203e17-6d43-476a-ba56-6eccaeada1bf_E.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Castillo, H., y Hernández, R. (2021). *Periodismo deportivo: Una alternativa para profesionales de la comunicación*. Cinzontle, 13(27), 18-25.  
<https://revistas.ujat.mx/index.php/Cinzontle/article/view/4131/3651>
- López, M. (2019). *Incidencia en el uso de marcadores discursivos en la redacción periodística deportiva: El torneo clausura 2017 a través del diario deportivo El Bocón*.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12672/10936>

- Ballester, F. (2012). *La intencionalidad de la fotografía deportiva en el semanario ¡ahora!* [tesis de bachiller] Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. <http://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/2909>
- Arévalo, E., y Narvaez, J. (2023). *Streaming en redes sociales* [tesis de bachiller] Guayaquil: ULVR, 2023. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/6319>
- Veiga de Cabo, J., De la Fuente, E. y Zimmermann, M. (2008). *Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño*. Medicina y seguridad del trabajo, 54(210), 81-88.
- Morales, N. (2015). *Investigación exploratoria: tipos, metodología y ejemplos*. <https://acortar.link/zwDlc5>
- Alonso, J. (2003). *El estudio de caso simple: un diseño de investigación cualitativa*. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. <https://acortar.link/E9pkTg>
- Fabbri, M. (1998). *Las técnicas de investigación: la observación*. <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Las-t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n.pdf>
- Díaz, S. (2014). *Desarrollo de una ficha de observación para el análisis y evaluación de experiencias educativas en mundos virtuales*. IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation, (2), 69-82. <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1088/917>
- González, J. (2001). *El paradigma interpretativo en la investigación social y educativa: nuevas respuestas para viejos interrogantes*. Cuestiones pedagógicas, 15, 227-246. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12862/file\\_1.pdf](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12862/file_1.pdf)
- Rada, D. (2016). *El rigor en la investigación cualitativa: técnicas de análisis, credibilidad, transferibilidad y confirmabilidad*. Sinopsis Educativa. Revista venezolana de investigación, 7(1), 17-26. [https://www.revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis\\_educativa/article/view/3539](https://www.revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/view/3539)
- Urbano, P. (2016). *Análisis de datos cualitativos*. Fedumar Pedagogía y Educación, 3(1). <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/fedumar/article/view/1122>

## ANEXOS

## ANEXO 1:

## Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA – MATRIZ DE COHERENCIA (*Enfoque Cualitativo*)

Título de la investigación: Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020					
Problemas u Objeto de Estudio	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Fundamentos Científicos	Metodología de investigación
<p><b>General:</b></p> <p>¿De qué manera se dan las prácticas periodísticas deportivas a través de la red social Facebook en los meses de junio, julio y agosto del 2020?</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Analizar de qué manera se dan las prácticas periodísticas deportivas a través de la red social Facebook en los meses de junio, julio y agosto del 2020.</p>	Práctica periodística deportiva.	<p>Redacción deportiva.</p> <p>Fotografía deportiva.</p> <p>Transmisiones deportivas.</p>	<p><b>Marco teórico:</b></p> <p>Teoría de la Agenda Setting McCombs y Shaw (1972)</p> <p>Interpreta la selección y omisión de temas trascendentales.</p>	<p><b>A. Método y diseño de investigación:</b></p> <p>Es una investigación de enfoque cualitativa.</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada.</p> <p><b>Nivel:</b> Exploratorio.</p> <p><b>Diseño:</b> Estudio de caso.</p> <p><b>B. Universo y muestra:</b></p>

<p><b>Específico:</b></p> <p>¿Cómo es la redacción deportiva respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?</p> <p>¿Cómo es la fotografía deportiva respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?</p> <p>¿Cómo son las transmisiones deportivas respecto a la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020?</p>	<p><b>Específico:</b></p> <p>Reconocer la ejecución de la ética periodística en la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook entre junio y agosto del 2020.</p> <p>Analizar la calidad de contenido difundido en las prácticas periodísticas deportivas a través de la red social Facebook en los meses de junio, julio y agosto del 2020.</p> <p>Identificar el sensacionalismo en la práctica periodística deportiva a través de la red social Facebook entre junio y agosto del 2020.</p>			<p><b>Marco conceptual:</b></p> <p>Clickbait</p> <p>Ortografía</p> <p>Sentido del texto</p> <p>Extensión del texto</p> <p>Utilización de datos deportivos</p> <p>Cámara fotográfica</p> <p>Lentes teleobjetivos</p> <p>Edición fotográfica</p> <p>Fotorreportajes</p> <p>Recurso fotográfico</p> <p>Micrófonos condensadores</p> <p>Intenciones de voz</p> <p>Expresiones verbales y no verbales</p> <p>Lenguaje coloquial</p> <p>Open Broadcaster Software (OBS)</p>	<p><b>Universo o población:</b> Páginas de Facebook orientadas al deporte.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia Silvio Oficial</li> <li>- Son Datos No Opiniones</li> <li>- Todos los Hinchas</li> </ul> <p><b>C. Unidad de análisis:</b> Páginas especializadas de Facebook</p> <p><b>D. Técnica e instrumento de recolección de datos:</b></p> <p><b>Técnica:</b> Observación</p> <p><b>Instrumento:</b> Ficha de observación</p> <p><b>E. Procesamiento de análisis de datos:</b> Análisis de datos e interpretación</p>
--	---	--	--	---	---

## ANEXO 3:

## Instrumento de recolección de datos

Semana 1 (1 junio – 6 junio)						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS 2	ITEMS	SÍ	NO	DESCRIPCIÓN
Práctica periodística deportiva	Redacción deportiva	Clickbait	Uso de clickbait			
		Ortografía	Respeto de las reglas de ortografía			
		Sentido del texto	Sentido lineal del texto			
		Extensión del texto	Texto excesivamente extenso			
		Utilización de datos deportivos	Uso de datos deportivos			
	Fotografía deportiva	Cámara fotográfica	Uso de cámara profesional			
		Lentes teleobjetivos	Uso de lente teleobjetivo			
		Edición fotográfica	Edición de fotos			
		Fotorreportajes	Presentación de fotorreportajes			
		Recurso fotográfico	Uso de recurso fotográfico externo			
	Transmisiones deportivas	Micrófonos condensadores	Uso de micrófono profesional			
		Intenciones de voz	Uso de intenciones de voz fuertes			
		Expresiones verbales y no verbales	Énfasis en las expresiones verbales sobre las no verbales			
		Lenguaje coloquial	Uso de lenguaje coloquial ‘futebolero’			
		Open Broadcaster Software (OBS)	Uso de la plataforma OBS			

## ANEXO 4:

## Fichas de validación del instrumento/Juicio de expertos

## Ficha1:

## 1. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto:** Valdez Orriaga, Víctor Miguel  
**1.2 Grado académico:** Doctor  
**1.3 Cargo e institución donde labora:** Docente en la Universidad Jaime Bausate y Meza  
**1.4 Título de la investigación:** Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020  
**1.5 Autor del instrumento:** Guevara Gonzales, Alvaro Hernan  
**1.6 Nombre del instrumento:** Ficha de observación  
**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
-------------	---------	------------	--------------	------------------

## 2. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
<b>3. ACTUALIDAD</b>	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.				X	
<b>4. ORGANIZACIÓN</b>	El instrumento tiene una organización lógica.					X
<b>5. SUFICIENCIA</b>	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
<b>6. INTENCIONALISMO</b>	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					X
<b>7. CONSISTENCIA</b>	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
<b>8. COHERENCIA</b>	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
<b>9. METODOLOGÍA</b>	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
<b>10. CONVENIENCIA</b>	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
<b>Sub Total</b>					8	40
<b>Total</b>						48

- Promedio de valoración: 48
- Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar.

Lugar y fecha: Jesús María, 13 de marzo de 2023

Firma del juez validador:  
 DNI: 06051016



## Ficha 2:

### 1. DATOS GENERALES:

- 1.8 Apellidos y nombres del experto:** Schunke Rojas, Christian Sebastián
- 1.9 Grado académico:** Magister
- 1.10 Cargo e institución donde labora:** Docente en la Universidad Jaime Bausate y Meza
- 1.11 Título de la investigación:** Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020
- 1.12 Autor del instrumento:** Guevara Gonzales, Alvaro Hernan
- 1.13 Nombre del instrumento:** Ficha de observación
- 1.14 Criterios de aplicabilidad:**
- 6) De 01 a 10 (no válido, reformular)
  - 7) De 11 a 20 (No válido, modificar)
  - 8) De 21 a 30 (válido, mejorar)
  - 9) De 31 a 40 (Válido, precisar)
  - 10) De 41 a 50 (válido, aplicar)

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

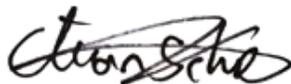
### 2. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	El instrumento evidencia recojo de conducta observable.				X	
<b>3. ACTUALIDAD</b>	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
<b>4. ORGANIZACIÓN</b>	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
<b>5. SUFICIENCIA</b>	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
<b>6. INTENCIONALISMO</b>	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	
<b>7. CONSISTENCIA</b>	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
<b>8. COHERENCIA</b>	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.				X	
<b>9. METODOLOGÍA</b>	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
<b>10. CONVENIENCIA</b>	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
<b>Sub Total</b>					32	10
<b>Total</b>						42

- Promedio de valoración: 42
- Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar

Lugar y fecha: Jesús María, 13 de marzo de 2023

Firma del juez validador:  
DNI: 09784154



**Ficha 3:****1. DATOS GENERALES:**

- 1.15 Apellidos y nombres del experto:** Serrato Sanchez, Segundo Bonifacio  
**1.16 Grado académico:** Doctor  
**1.17 Cargo e institución donde labora:** Docente en la Universidad Jaime Bausate y Meza  
**1.18 Título de la investigación:** Análisis de contenido de la práctica periodística deportiva a través de Facebook entre junio y agosto del 2020  
**1.19 Autor del instrumento:** Guevara Gonzales, Alvaro Hernan  
**1.20 Nombre del instrumento:** Ficha de observación  
**1.21 Criterios de aplicabilidad:**  
 11) De 01 a 10 (no válido, reformular)  
 12) De 11 a 20 (No válido, modificar)  
 13) De 21 a 30 (válido, mejorar)  
 14) De 31 a 40 (Válido, precisar)  
 15) De 41 a 50 (válido, aplicar)

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

**2. ASPECTOS A EVALUAR**

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
<b>3. ACTUALIDAD</b>	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
<b>4. ORGANIZACIÓN</b>	El instrumento tiene una organización lógica.					X
<b>5. SUFICIENCIA</b>	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
<b>6. INTENCIONALISMO</b>	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
<b>7. CONSISTENCIA</b>	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
<b>8. COHERENCIA</b>	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
<b>9. METODOLOGÍA</b>	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
<b>10. CONVENIENCIA</b>	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
<b>Sub Total</b>						50
<b>Total</b>						50

- Promedio de valoración: 50
- Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar

Lugar y fecha: Jesús María, 16 de abril de 2023

Firma del juez validador:  
DNI: 07565051

