



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA**  
**COMUNICACIÓN**

**La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en  
la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Lévano Zeta, Luis Antonio (ORCID: 0000-0003-1737-284X)

**ASESORES:**

Mg. Gómez Díaz, Rubén Luis (ORCID: 0000-0003-4703-2475)

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-0003-4279-0154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA-PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

A Dios, a mis padres, a mis hermanos, familiares y amigos. En especial a mis ángeles: mi abuela Maria y mi tía Eloisa. Para ti, amigo Jhon, este logro también es tuyo.

## **Agradecimiento**

A Dios, por cuidar a todos mis seres queridos. A todos mis familiares, en especial a mis padres, por su comprensión, respaldo, amor incondicional y ejemplo para alcanzar este objetivo. También a mis amigos, por brindarme su apoyo en los distintos momentos de mi vida. A mi asesora, por la predisposición de guiarme con el trabajo. Al fútbol y a la salsa, por la alegría y distintas emociones.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	15
3.3. Escenario de estudio.....	16
3.4. Participantes.....	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.6. Procedimiento.....	18
3.7. Rigor científico.....	18
3.8. Método de análisis de datos.....	19
3.9. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
V. CONCLUSIONES.....	26
VI. RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS.....	34

## **Resumen**

El objetivo del estudio fue analizar la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar. Para la cual, se tuvo un enfoque cualitativo y se analizó las redes sociales del medio que tuvieron relación a la final de la Liga 1. El principal resultado de la investigación es que el medio utilizó constantemente la red social Twitter para compartir más información relacionada al evento que se desarrolló el año pasado (2020). Además, se llegó a la conclusión de que GOLPERU utilizó distintas redes sociales para compartir las novedades que se gestaban en el transcurrir de los minutos, en compañía de las diversas herramientas multimedia con la que los usuarios estuvieron enterados de lo que sucedía en el evento y los periodistas o profesionales en el tema realizaron distintas funciones en la cobertura deportiva.

Palabras claves: redes sociales, herramientas multimedia y cobertura periodística.

## **Abstract**

The objective of the study was to analyze the journalistic coverage of GOLPERU on its social networks in the final of Liga 1 Movistar. For which, a qualitative approach was taken and the social networks of the medium that were related to the final of League 1 were analyzed. The main result of the research is that the medium constantly used the social network Twitter to share more information related to the event that took place last year (2020). In addition, it was concluded that GOLPERU used different social networks to share the news that was brewing in the passing of minutes, in the company of the various multimedia tools with which users were aware of what was happening at the event and journalists or professionals on the subject performed different functions in sports coverage.

Keywords: social networks, multimedia tolos and journalistic coverage.

## I. INTRODUCCIÓN

Situándonos en la realidad problemática de la investigación, que constituye la cobertura periodística, esta evidencia debilidades. En diversos medios de comunicación tradicionales ha costado la migración a las redes sociales, con lo que al transcurrir de los años ha ayudado a informar; sin embargo, no todos los medios cuentan con un espacio de información deportiva en sus redes. Moreno (2017) asevera que, el periodismo es una de las profesiones más relacionadas con el cambio tecnológico. Sin embargo, sabe adaptarse a los diferentes tiempos y la irrupción de los nuevos medios, y sigue siendo el elemento básico para que la sociedad comprenda la situación.

Existen factores externos que incrementan la problemática descrita anteriormente. Al tratarse de un acontecimiento que también fue informado en redes sociales, era necesario una capacitación y preparación para emitir la información correctamente, y realizar una buena cobertura que se pueda entender. San Lucas et al (2020) anuncian que, el uso de las redes sociales marca un nuevo impulso para las noticias deportivas, la velocidad del movimiento de la información requiere entrenamiento y especialización para manejar adecuadamente estos nuevos medios que requieren iniciativa, buena redacción de textos, habilidades visuales y técnicas. En muchas ocasiones el tecnicismo empleado en el periodismo deportivo no se entiende por todos los televidentes, oyentes o los usuarios de las redes sociales.

Las consecuencias de los hechos mencionados sería un posible rechazo por parte de los usuarios al medio especializado en temas de deporte, ya que al no tener un constante uso de redes o no entender lo que el periodista quiere decir, el lector no muestre el interés necesario y sería posible que no le tome mucha importancia al acontecimiento. Años anteriores, solamente los hombres cubrían este tipo de eventos. Sin embargo, las mujeres también han tenido protagonismo en la cobertura.

Por otro lado, GOLPERU al tener los derechos de transmisión tuvieron la facilidad de informar sobre el acontecimiento; por ello, estuvieron desde el antes,

durante y después de lo sucedido. Rojas y Toural (2019) manifiestan que ello permite al medio ampliar su cobertura deportiva diversificando temas y extenderlos a otros equipos, que de otro modo hubiera sido muy difícil de lograr. [Traducción propia]

Muchas personas pudieron observar dicho acontecimiento en el país y el extranjero gracias a la cadena internacional del canal y las redes sociales. Además de tratarse de un hecho que solo ocurre en una oportunidad al año, conlleva a una organización. Jimeno y Rojas (2017) argumentaron que las prioridades de estos medios deportivos van más allá del alcance de la información diaria, y están previstas en sus informes especiales planificados. El objetivo es ampliar la información de los hitos deportivos del equipo y, en menor medida, la información de los deportistas individuales, pertenecientes a la ciudadanía.

Asimismo, existe cierto interés sobre la cobertura deportiva en las redes sociales. En un contexto distinto al que estamos habitualmente acostumbrados, sin la necesidad de estar presentes en el lugar de los hechos, las redes sociales fueron de gran ayuda. Un gran porcentaje de la población se identifica con los equipos involucrados en el acontecimiento. El evento se desarrolló en Lima con dos de los equipos más representativos del país y con un porcentaje alto de simpatizantes. En una encuesta que realizó el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) en el 2020 reflejó que Universitario de Deportes tiene 14% de preferencia, mientras que el actual campeón nacional, Sporting Cristal, obtuvo 8%. Sin duda alguna, ambos equipos tienen una cantidad considerable de seguidores.

Cabe señalar que el tema no es ajeno al ámbito local. Justamente, la cobertura se llevó a cabo en la capital (Lima) y la cobertura pudo ser más accesible, por el hecho que tienen experiencia cubrieron en esa parte del país. Cornejo (2021) menciona que los medios y reporteros, además de informar, juegan un papel fundamental en el manejo de las noticias. Son los encargados de narrar hechos, expresar opiniones y apelar a la opinión pública de determinada manera.

Enfocándonos a nivel nacional, el medio también ha realizado este tipo de coberturas en distintos departamentos del país. El caso más reciente fue en el 2019, en la ciudad de Juliaca. Ello también ayuda a que los profesionales puedan



estar presentes en el lugar de los sucesos, con ello, brindar la mejor información y poder tener interacción con el público. Mendoza et al (2019) expresan que al informar sobre un determinado acontecimiento, se fortalece la relación entre periodistas y ciudadanos, ya que deben mantener la credibilidad de la noticia, promover el diálogo y establecer nuevos canales de cooperación, como las redes sociales.

Mientras que en el continente americano y a nivel mundial, la cobertura en redes sociales ayuda a la difusión de la información. Los periodistas laboran en medios tradicionales, pero con la evolución de la digitalización, ha servido para que puedan complementar la información con las herramientas tecnológicas. Wesemann (2016) precisa que en cuanto a la cobertura de los medios, en los que trabajan los periodistas, la mayoría de las personas continúan desarrollando actividades profesionales en los prestigiosos medios de información. Sin embargo, con medios digitales y en línea en todos los países se están integrando rápidamente.

Frente a lo mencionado líneas anteriores, se requiere una investigación para conocer la cobertura que realizó el medio especializado en deporte. Es así que, de acuerdo con esta realidad, es necesario formular la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se desarrolla la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga1 Movistar, Lima, 2021?

Mientras que la justificación práctica tratará que los futuros lectores puedan reconocer cómo se realiza una cobertura periodista en las redes sociales sobre una final del fútbol profesional peruano. Por otro lado, que esta información no sea solo vista por un público selecto, los interesados al deporte, sino que pueda servir para el público en general. Ya que hoy en día, este tema, periodismo deportivo y redes sociales son interesantes de tratar.

Enfocándonos en la justificación metodológica, se plantea realizar una investigación con un enfoque cualitativo, para que los periodistas deportivos en formación puedan realizar investigaciones de este tipo con la finalidad de identificar si todas las coberturas en deporte se realizan de la misma manera.

Teniendo en cuenta la justificación teórica, la investigación se realizó con el propósito de aportar conocimientos acerca de la cobertura que fue realizada, la misma que ha tenido que pasar por una previa organización. Por lo cual, se identificará una teoría que se pueda relacionar con el tema para corroborar lo investigado y de esta manera tenga sustento. Se espera que la investigación pueda servir de guía para los futuros estudiantes que realicen este tipo de investigación.

Ante ello, la investigación tiene como objetivo general analizar la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021. Con respecto a los objetivos específicos son: identificar las redes sociales de GOLPERU en la cobertura periodística en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021, determinar las herramientas multimedia que se utilizaron en la cobertura de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021 y describir la función de los periodistas en la cobertura de GOLPERU en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

El tema cuenta con antecedentes nacionales, por ejemplo: Romero (2021), tuvo como objetivo de investigación determinar si el periodista peruano estuvo preparado para realizar una cobertura noticiosa deportiva de impacto acerca del mundial de fútbol que se realizó el año 2018 en Rusia. Fue un estudio cualitativo de carácter descriptivo, diseño abierto, la muestra fue las eliminatorias y mundiales FIFA. Los instrumentos que utilizó fueron la ficha de observación no estructurada, entrevistas, revisión de documentos, revisión de archivos fotográficos y hemerográficos, revisión de archivos de video, revisión de entrevistas a personajes, registro de historias de vida, observación in situ y uso del cuaderno de campo.

El principal resultado muestra que el Mundial de Rusia 2018 es una oportunidad, mostrando que el periodismo deportivo peruano adoptó una de las normas internacionales. La conclusión es que los periodistas peruanos, se están preparando para realizar reportajes deportivos influyentes sobre el mundial de fútbol que se realizó el año 2018 en Rusia

Por otro lado, Girón (2018), tuvo como objetivo determinar cómo se ha desarrollado el tratamiento de la noticia digital en el portal web Depor.com sobre la participación peruana en el mundial de Rusia 2018. Fue un estudio de nivel descriptivo – explicativo, de carácter no experimental y cualitativo, la muestra fue 40 noticias. El principal resultado fue que la selección peruana participó en una competencia de fútbol a nivel mundial luego de 36 años y los medios pronto informaron sobre el evento deportivo. No solo informaron en medios tradicionales, sino también canales de difusión digital en particular.

La conclusión a la que se llegó fue que, Depor.com logró instaurar un lenguaje simple, directo y hablado al presentar noticias relacionadas con la participación de Perú en el mundial de fútbol, el que se realizó hace tres años.

Asimismo, Chávarry (2019), tuvo como objetivo de investigación identificar cuáles son las características del periodismo deportivo en el relato de suspensión de Paolo Guerrero, por parte del diario Depor. La investigación es cualitativa, descriptiva e interpretativa, tiene un diseño no experimental. La muestra, de

carácter no probabilístico, consistió de 7 informaciones del diario investigado. Utilizó las entrevistas, estudios de caso y el análisis documental como técnicas.

El resultado principal es que las noticias deportivas no son el único tipo de noticias de entretenimiento. No importa cuán grande sea el mundo del deporte, nunca podrá integrar los diversos estímulos temáticos que brinda ningún espacio de noticias en la actualidad. Concluyó que los medios de comunicación difundieron noticias sobre la suspensión de Paul Guerrero lo antes posible, lo que llevó a una tergiversación de la situación real.

Y Feijoo (2019), tuvo como objetivo de investigación identificar las características del periodismo deportivo digital en el Mundial Rusia 2018. Fue una investigación interpretativa, de carácter cualitativo. La técnica fue el análisis de contenido. La muestra fue 7 noticias, carácter no probabilístico. Su principal resultado es que el "tiempo verbal" más empleado en los titulares es el "tiempo presente", que encontramos en siete noticias relacionadas con la intervención de la Selección Francesa en Rusia 2018. Llegó a la conclusión que la información es enriquecedora porque existe en el total de las noticias analizadas, y la colocación de las informaciones es temporal.

De igual manera, Araujo (2019), tuvo como objetivo analizar comparativamente el tratamiento periodístico de dos diarios deportivos locales de Chiclayo en relación a la selección peruana en el Mundial de Rusia, 2018. La metodología que siguió fue cualitativa, de tipo descriptivo – analítica, y empleó la ficha de observación. El resultado principal es que, en ambos periódicos, las publicaciones se ajustan a la estructura y los estándares de la información periodística. Presentan elementos de información como títulos, subtítulos y subtítulos; los titulares son principalmente expresivos e informativos. Concluyó que ambos periódicos respetaron la estructura de las noticias mediante el uso de fuentes adecuadas y titulares expresivos, que es la clave para informar las noticias.

Con respecto a los antecedentes internacionales. Díaz (2019), tuvo como objetivo de investigación identificar la presencia de las mujeres deportistas en la sección "Cronos" de Diario La Hora, Santo Domingo. El estudio tuvo un enfoque cualitativo. Se empleó el análisis de contenido, la muestra fueron 14 noticias

deportivas. Las técnicas empleadas fueron las entrevistas semiestructuradas y la observación.

El resultado principal es que el número de mujeres en la prensa deportiva impresa en la ciudad dependerá de muchos factores, a saber, sus logros, y ningún torneo importante opaca esta participación. La conclusión es que, considerando que la intervención de las mujeres en el deporte es muy pequeña, las actividades deportivas masculinas están más orientadas a las disciplinas femeninas, y existe un desequilibrio informativo en el procesamiento y difusión de las noticias deportivas locales.

Siguiendo en este ámbito, Ceballos (2017), tuvo como objetivo de investigación determinar el grado de avance del desempeño de las mujeres en el periodismo deportivo en la ciudad de Guatemala en los últimos años. La metodología fue mixta, realizó entrevistas que proporcionaron datos cualitativos. El diseño es explicativo secuencial.

Su resultado principal es que los entrevistados confirmaron que la aceptación de ellos por parte de la audiencia actual es muy alta. Aunque la gente se sorprende un poco al principio, porque generalmente no ven mujeres que dominen bien los temas deportivos, las mujeres pueden desempeñarse bien. La conclusión es que la participación de las mujeres en las noticias deportivas ha incrementado en todo el planeta en la última década y Guatemala no es la excepción.

Además, Scherman y Mellado (2019), tuvieron como objetivo de investigación analizar si las noticias generadas en las secciones sobre deporte de los medios de información presentan características significativamente distintas de las que posee la cobertura noticiosa de otras secciones. Utilizaron el análisis de contenido de noticias en prensa escrita, online, televisión y radio. La muestra se recogió durante 2015. Utilizaron la ficha de análisis.

Su principal resultado es que las características de las noticias deportivas son significativamente diferentes a las de las noticias políticas. Sin embargo, se pueden observar similitudes importantes entre los reportajes de noticias de deportes y entretenimiento. Concluyeron que, en el periodismo deportivo, el papel

de la lealtad puede estar impulsado por el patriotismo o comparaciones positivas entre Chile y otros países en relación a los eventos deportivos internacionales.

Prosiguiendo con el tema, Rojas (2019), tuvo como objetivo analizar la cobertura realizada por The Washington Post a través del bot en los Juegos de 2016 y 2018. El método fue mixto. Analizó el contenido de 999 mensajes publicados de forma automática por The Washington Post. Su resultado principal es que, los mensajes generados automáticamente se repiten día tras día y que los hechos más destacados son todos introducidos por el responsable de las normas editoriales deportivas. Concluyó que, la implementación de esta tecnología ha ampliado distintos horizontes para el reportaje de noticias de eventos que tratan sobre deporte, porque a pesar de los resultados, las estadísticas de los partidos e incluso declaraciones se pueden copiar de forma automática, más rápida y masiva.

Finalmente, Rojas y Márquez (2017), tuvieron como objetivo de investigación comprobar si los medios de comunicación en cuestión investigaron el escándalo de dimensión global. Se seleccionaron dos diarios de México y España, a los cuales se les realizó el análisis de contenido y las unidades de análisis fueron las notas informativas. El instrumento se diseñó a través de un manual de codificación que midió 65 variables.

Su principal resultado es que, el promedio de las fuentes de noticias no es dos, lo que puede indicar una investigación y un seguimiento de la información insuficiente. Concluyeron que el periodismo especializado en el deporte, no da muestras de querer realizar investigaciones periodísticas en profundidad, sino que trata estos temas de manera superficial y pasiva, responder a los problemas y no investigar por sí mismo.

Para orientar el tratamiento de la categoría de investigación partimos del siguiente soporte teórico: La Agenda Setting de Maxwell Mccombs y Donald Shaw, esto generó que los medios de información llegaran a tener un nivel alto de dominio sobre la sociedad al momento de identificar relatos que tengan un interés de carácter informativo y entender la capacidad y el espacio que se le otorgue a dicho acontecimiento.

Asimismo, Carazo (2018) menciona que, en el contexto del surgimiento de nuevas plataformas en línea y redes sociales, las noticias y la información generada están más allá de la capacidad de consumo de cualquiera. El método tradicional de establecimiento de la agenda que enumera temas o atributos en las noticias no parece ser suficiente para capturar la complejidad del entorno mediático actual. En un mundo donde los medios digitales y las audiencias online están en constante evolución, la dinámica de la agenda es cada vez más compleja.

Mientras que, en relación al periodismo especializado, Rojas y Ramón (2018) señalan que, más allá del valor comercial, debería tener en cuenta que el periodismo deportivo tiene un gran poder y una enorme influencia e impacto en la sociedad en general. Siendo ese el caso, el deporte socialmente responsable. Los periodistas que sean capaces de extraer ruido de la calidad son indispensables y lo seguirán siendo en el futuro. Los profesionales de los medios deportivos deben conocer y contrarrestar las deficiencias que no solo han desafiado los estándares normativos del profesional. [Traducción propia]

Por lo tanto, al igual que identificar falencias, se tiene que buscar el apoyo de las nuevas tecnologías. Weedon et al. (2018) hacen énfasis en que para los periodistas que no trabajan en estos campos, la diferencia es incluso insignificante. La complejidad y la forma cambiante de la industria en los medios de comunicación triunfan sobre cualquier intento de contratar experiencia. Esto quiere decir que los avances de la industria en comunicación tienen que adaptarse a las nuevas plataformas virtuales, de esta manera garantiza diverso contenido a sus seguidores. [Traducción propia]

Partiendo del concepto que Irigaray (2015) se refiere sobre la cobertura periodística, es un hecho rutinario, en este caso, el reportero informa según el grado que le impone el medio y según el contenido o asignación de la pauta que maneja el canal. Sin embargo, debido a la naturaleza de su impacto, se deben planificar ciertos eventos.

El autor citado en líneas anteriores menciona que las redes sociales pueden jugar un papel muy importante en la preproducción, período de trabajo e incluso distribución de contenido de los informes. Por supuesto, cuando se trata de brindar

visibilidad a la producción móvil, las plataformas sociales para compartir contenido son un gran aliado. Se puede gestionar la participación de la audiencia en las redes sociales y monitorear su posible impacto.

Empezando por Facebook, Franklin y Eldridge (2016) anuncian que, durante los eventos de noticias de última hora y en los informes de noticias regulares, los reporteros se refieren a Facebook como una fuente de información. Se destaca el flujo continuo de contenido en Internet, y la presentación de noticias y titulares puede aumentar su viralidad. La red es cada vez más capaz de manipular la difusión de noticias en las plataformas de redes sociales y priorizar determinadas noticias sobre otras. [Traducción propia]

Continuando con el tema, Grimmer y Horky (2018) afirman que, el Twitter de los periodistas deportivos acreditados radica en la distribución de las siguientes cuentas deportivas y de sus propios artículos e informes. Las redes sociales pueden influir en la producción de noticias, pero su importancia y tracción aún se difunden a través de los medios tradicionales. En principio, la interacción entre un reportero y su audiencia de Twitter brinda la oportunidad de ganar más atención y llegar a la cobertura de los medios del reportero, y de colaborar con los usuarios para desarrollar temas y contenido. [Traducción propia]

De igual manera, Vásquez et al. (2019) comentaron que Instagram es una de las redes sociales más fundamentales, ya que cuenta con millones de usuarios. Además de publicar, los medios también están creando historias cortas con un ciclo de vida de 24 horas. La idea es que los usuarios muestren interés en sobre la plataforma, conseguir nuevos contactos y orientarlos para que visiten la página web de los distintos medios de comunicación. La historia es de naturaleza visual (la fotografía y el video son los recursos principales) y el texto suele ser breve. Sin embargo, los formatos más profundos y específicos, como informes y cuestionarios, se mejoraron y se beneficiaron de los recursos disponibles en Instagram.

Es preciso indicar que, Candale (2017) señala sobre las acciones que presentan las tres redes sociales expuestas. Valorar, que otorga la oportunidad de evaluar sobre lo compartido. Solo en el caso de Facebook, hay más de una valoración (Me gusta, Me encanta, Me importa, Me divierte, Me asombra, Me



entristece, Me enoja). Comentar, que abarcan varias oraciones entrelazadas solo por la coma o los tres puntos. En el caso de Twitter, no más largos de 140 caracteres. Compartir, refleja la manera de expresar el aprecio hacia una publicación. Finalmente, Hashtag, que explica al lector el contexto de la publicación.

Del mismo modo, Barredo et al. (2020) explican que el reportero reconoce que las redes sociales tienen un rol fundamental en la forma en que interactúan con los usuarios. En algunos casos utilizan las redes sociales y otros medios. Los periodistas deportivos utilizan las redes sociales en las cuales el texto tiene más atracción, acompañado de una imagen o video. [Traducción propia]

También, Irigaray (2015) menciona que la nueva forma de contar la realidad de las noticias permite el desarrollo de contenidos como un proceso de interacción con el público, y es casi permanente a medida que se actualiza la propia información, a través de diferentes aplicaciones y diferentes formatos que permiten la cobertura remota. El periodismo tiene una nueva forma de entender las noticias y utilizar las herramientas necesarias. Estas permiten registrar hechos, usar grabaciones de video, tomar fotografías y escribir textos, y al mismo tiempo, si lo deseas, puedes subir los resultados a tu blog y comenzar a difundir.

De esta manera, ello puede ayudar a que la información capte el interés del usuario. Justamente, Rojas (2020) precisa que, en la vista previa de los principales eventos deportivos, se incluyen algunas herramientas en sitios web especiales junto con otros contenidos interactivos, gráficos y multimedia. En este sentido, el significado del contenido en los modos de entretenimiento está creciendo. [Traducción propia]

Con respecto al tema del video, Johnson (2017) expresa que, es un medio excelente para proporcionar contenido emocionante y atractivo, que puede ser visto por muchas personas porque es fácil de compartir en sitios de redes sociales e insertar sitios de otras personas. Al publicar un video, se debe proporcionar una descripción junto con el contenido del video. Los profesionales deben obtener orientación sobre los archivos multimedia adecuados porque hay muchos formatos y diferentes accesos. [Traducción propia]

Por otro lado, en relación al tema de la fotografía, Szytko (2019) precisa que, en este caso, el valor informativo de la foto es particularmente importante, y la fotografía debe ser principalmente información visual de noticias. La fotografía es una forma de traducir fragmentos seleccionados de la realidad al lenguaje de la imagen, con el objetivo de informar a la audiencia sobre temas, hechos o personas concretas que son protagonistas de la información noticiosa. La información transmitida en forma visual puede ser real, refiriéndose a una persona o evento, o puede ser persuasiva, donde la información se ha complementado con el valor emocional del remitente y el receptor. [Traducción propia]

Asimismo, conforme a la temática del texto, Kryukova (2018) asevera que, los textos basados en información y otras fuentes de información deben ser revisados cuidadosamente de acuerdo con la ética profesional de los periodistas para el cumplimiento de los hechos y la realidad, así como la forma de expresión de las opiniones antes de ser publicados. Para cumplir con los estándares de ética del lenguaje, los textos deben ser precisos y claros. [Traducción propia]

Es importante precisar que, según Tejedor (2019) las herramientas multimedia en las redes sociales presentan las siguientes características. En el video, tiempo y planos, ello transmite al usuario el contenido en forma de una historia. La imagen, ilustraciones y fotografías, brindan el equilibrio visual para que atraiga al usuario. El texto, breve / amplio y el *emoji*, su uso ayudará a que el usuario pueda entender con mayor facilidad lo que se quiere transmitir.

Por esta razón, López et al. (2017) hacen mención en que la actualización es el nivel más alto de atención, es bien conocido debido a la tecnología, el video en Internet, la comunicación móvil y la difusión de la entrega de contenido en varias plataformas de periodistas en los principales medios de comunicación, que son aliados de profesionales en su día a día. Además de la necesidad de actualizarse constantemente, como beneficiar las herramientas que llegan al mercado. [Traducción propia]

De la misma manera, Kroon y Eriksson (2019) exponen que la transformación digital siempre ha sido un proceso continuo en el que los medios continúan adaptándose y haciendo contribuciones. Si un medio no tuvo ningún

derecho a transmitir un determinado evento, debe publicar un formato novedoso. La finalidad es proporcionar comentarios. [Traducción propia]

También, Irigaray (2015) argumenta que, las redes sociales pueden jugar un papel muy importante en la preproducción, período de trabajo e incluso distribución de contenido de los informes. Por supuesto, cuando se trata de brindar visibilidad a la producción móvil, las plataformas sociales para compartir contenido son un gran aliado. Se puede gestionar la participación de la audiencia en las redes sociales y monitorear su posible impacto.

Además, el último autor citado, acotó que se presentan tres distintas funciones en el proceso de elaboración de reportajes, producción, organización y distribución de la información y el uso de instrumentos o herramientas digitales en determinadas plataformas, se muestra cómo hacer práctica informativa en base a distintas funciones específicas, simplificar, agilizar y enriquecer. La integración de medios y audiencias e interacción cada vez más directa.

Ahora, en relación a la producción de la noticia, Wilding et al. (2018) destacaron que, la abundancia de información ha supuesto un importante paso adelante en la automatización de la producción y distribución de noticias. Esto es ampliamente utilizado por plataformas y medios digitales. En las noticias digitales, se utilizan principalmente para procesar y recomendar contenido, y la producción de noticias está aumentando. Debido a la mayor demanda de contenido y la reducción de los recursos de la sala de redacción, esto se ha implementado en los principales medios de comunicación. A partir de hoy, son muchos los medios que aparecen en los medios digitales. [Traducción propia]

Con respecto a la organización de la noticia, Westlund y Ekström (2019) detallan que las capacidades organizativas y las ventajas competitivas son el resultado de cómo varios expertos utilizan e integran el conocimiento. La coordinación e integración de periodistas es muy importante. Los medios se organizan según sea necesario, por lo que se utilizan diferentes profesionales para realizar diferentes tareas de forma individual o en coordinación entre sí. Además, muchos reporteros y editores de los medios aplican el conocimiento de las noticias.

A través de la organización, el contenido que pueden utilizar para adquirir conocimientos se coordina entre expertos en la materia. [Traducción propia]

Finalmente, en la distribución de la información, Cetina y Martínez (2019) explicaron que, los medios que tienen cabida en las redes sociales deben comprender y asumir sus responsabilidades como periodismo. Debe asegurarse que los comunicados de prensa se basen más en la calidad que en la cantidad y en la precisión que en la velocidad. Más importante aún, deben comprender que su trabajo requiere un compromiso con el público y la responsabilidad de satisfacer plenamente sus necesidades de información. El personal responsable de la divulgación de información a los medios debe concentrar la información en línea severa. Los editores de noticias deben buscar, recibir y difundir información veraz.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de diseño de investigación**

La investigación presenta un enfoque cualitativo, Escudero y Cortez (2018) precisan que, este enfoque es la recopilación de información basado en observaciones de comportamiento para una explicación posterior. Su propósito es describir la naturaleza de hechos o fenómenos. La investigación cualitativa está interesada en adquirir experiencia, interacción y documentación en el medio natural. Ayuda a entender los puntos de vista del hombre a partir de la experiencia de la vida diaria a partir de la observación del comportamiento natural, el contexto y el discurso, para luego recopilar y generalizar su significado.

El tipo de investigación es aplicada, Ramirez et al (2018) mencionan que, este tipo de investigación busca resolver problemas prácticos, por lo que los métodos de pensamiento y construcción de este tipo de investigación son más implementables, específicos y completos.

El alcance es descriptivo, Guevara et al (2020) señalan que, este alcance se efectúa cuando se quiere describir la realidad en todos sus componentes principales. Incluye entender la situación actual, las costumbres y las actitudes a través de descripciones esenciales de actividades, objetos, procesos e individuos.

Tiene un diseño fenomenológico, Fuster (2019) expresa que este diseño se orienta en el estudio de la experiencia de vida del evento, desde un punto de vista temático. Restaura todo el conjunto de experiencias para experimentar la conciencia. Asimismo, presenta análisis de caso, Jimenez y Comet (2016) indican que ello ayuda a comprender y profundizar para poder escribir la verdad del fenómeno. La intención es dar respuesta a cómo y por qué ocurre el hecho, focalizando desde las múltiples perspectivas del fenómeno.

#### **3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística**

Con respecto a este punto, se precisó sobre los temas que presenta la categoría de investigación. Díaz (2018) indica que en el análisis cualitativo, las categorías se utilizan para explicar el contenido y describir su particularidad. Es así que la investigación presenta la siguiente categoría: cobertura periodística, en la

que los periodistas utilizan las redes sociales para que la información llegue a la mayor cantidad de usuarios, esas son Facebook, Twitter e Instagram. Asimismo, presentan los siguientes aspectos: valorar, comentar, compartir, retwittear y hashtag.

También las herramientas multimedia permiten que la información pueda ir acompañada y sea más atractiva para que el usuario preste atención, ello son el video, la fotografía y el texto. En la cual, sus aspectos son los siguientes: tiempo y planos; ilustraciones y fotografía, breve / amplio y emoji. Finalmente, señala que los periodistas cumplen distintas funciones para que se pueda abarcar más la información sobre el hecho, esas son: producir, organizar y distribuir la información.

### **3.3. Escenario**

El escenario radica en torno a la final de la Liga 1 Movistar, en la cual participaron 20 clubes; con trece equipos de provincia, cinco equipos de la capital y dos equipos de la provincia constitucional del Callao.

El campeonato del fútbol profesional en el 2020 estaba preparado para realizarse como habitualmente se venía haciendo, en dos fases (el torneo apertura y clausura). En los primeros meses del año se estaba realizando con total normalidad hasta la fecha 6, cuando el gobierno de turno declaró Emergencia Sanitaria a nivel nacional y tuvieron que suspender la Liga. Con el transcurrir de los meses y preparando los protocolos de sanidad, el fútbol pudo retornar el 7 de agosto con el partido de Universitario y la Academia Cantolao.

El formato del campeonato, por los meses perdidos, tuvo que cambiar. Los partidos de la apertura se iban a terminar con normalidad jugando solamente en Lima, los estadios asignados fueron el Nacional, Monumental, Alejandro Villanueva, Miguel Grau del Callao, Alberto Gallardo, Universidad Mayor de San Marcos y la Videna- FPF. El ganador de la Fase 1 iría directamente al Play Off, el ganador fue Universitario de Deportes. Mientras que, la Fase 2 se terminaría jugando en dos grupos, los ganadores de cada grupo jugaron dos partidos para definir al vencedor de la fase, lo terminó ganando Sporting Cristal.

Sobre la final de la Liga 1, se desarrolló de la siguiente manera: la Liga de Fútbol Profesional anunció que la final se iba a desarrollar en dos únicos partidos,

ida y vuelta. El partido de ida se jugó el miércoles 16 de diciembre (7:00 p.m.) y el partido de vuelta fue el domingo 20 (3:00 p.m.), ambos partidos se jugaron en el Estadio Nacional.

Con ello, Puertas et al (2019) nos comentan que, dadas las nuevas demandas en la era digital, los calendarios de partidos ahora se adaptan teniendo en cuenta las fechas y el tiempo óptimos para llegar a la mayor audiencia y asegurando que los principales eventos de diferentes deportes no se superpongan para satisfacer las demandas. [Traducción propia]

### **3.4. Participantes**

En la investigación se tuvo como participantes a los periodistas deportivos que tuvieron la experiencia de cubrir el evento deportivo.

El primer entrevistado fue Vicente Cisneros, quien ejerce la profesión desde 1991. Es panelista en “Once Ideal” y del programa dominical “Tiempo Extra”. De igual manera, en el anterior canal llamado CMD, fue panelista de “Días de Fútbol” y “Versus”. También es locutor en radio Ovación. Trabajó en Televisión Nacional del Perú y en Canal 13. De igual manera, estuvo encargado del área de prensa del club Sporting Cristal. Además estudió para ser director técnico de fútbol en Eseful. Asimismo, como refiere el portal de su LinkedIn, fue coordinador académico del Instituto de Comunicaciones Sistemas Perú desde el 2010 al 2012. Por otro lado, estuvo vinculado a Terra del 2013 al 2015 con el blog Vicentegol.

Luego fue Jean Martín Dueñas. Egresado de la carrera de Periodismo Deportivo en el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). Periodista de RPP desde el año 2015, hasta la actualidad. También fue reportero de Radio Ovación. Cubrió el Rally Dakar 2017, Copa Libertadores, Copa Sudamericana, Champions League y Eliminatorias Sudamericanas. Asimismo, fue panelista de “Fútbol Como Cancha” y conductor televisivo de la sección deportiva en RPP.

Finalmente, Rosa María Muñoz. Egresada de la carrera de Periodismo Deportivo en el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). Relatora de la Liga Nacional Intermedia de Voleibol. Periodista de la cadena internacional DirecTV Sports. Cubrió la Copa América Brasil 2021, Liga de Fútbol Profesional (Perú), Liga Femenina de la Federación Peruana de Fútbol (FPF), Copa de La Reina 2021,

Copa Sudamericana y Copa Libertadores. Representó al Perú en el primer programa de Empoderamiento Femenino en el Periodismo Deportivo, realizado en Estados Unidos. También es panelista del programa televisivo “De Fútbol Se Habla Así”.

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

Se realizaron entrevistas a los expertos que estuvieron presentes en la cobertura para recopilar información de los sucesos. Troncoso y Amaya (2017) acotan que la entrevista es una de las herramientas que permite obtener datos o información del sujeto de investigación a través de la interacción verbal con el investigador. También hay entrevistas semiestructuradas, que son más flexibles porque comienzan con una pregunta que se puede adaptar a la respuesta del entrevistado. Por otro lado, la herramienta que se utilizó fue la guía para la entrevista.

De igual manera, se utilizó el análisis de contenido. Díaz (2018) destaca que el propósito del análisis de contenido no es solo buscar cierto contenido en el corpus, sino descubrir el significado de estos contenidos en el contexto. El instrumento que se aplicó fue la ficha de análisis.

### **3.6. Procedimiento**

Se contactó a cada uno de los profesionales, los que presentamos en el punto anterior, e individualmente se conversó para confirmar la disponibilidad de su tiempo y se coordinó el día para realizar la entrevista. Luego, se les envió un enlace para que pudieran entren a la videoconferencia, y así poder empezar con el diálogo, teniendo la guía de la entrevista a la mano. Cabe señalar que a un entrevistado se le realizó una llamada telefónica. De esa manera, la conversación pudo ser grabada gracias autorización, únicamente con la finalidad de culminar con el proceso de investigación.

### **3.7. Rigor Científico**

En la investigación se utilizó información de muy buenas fuentes, incluso fuentes científicas, que fueron extraídas de la biblioteca virtual de la universidad. Por otro lado, los instrumentos que se emplearon para la recolección de información



fueron validados y aceptados por expertos. De igual manera será con los resultados, ya que los involucrados tienen mucha experiencia con respecto al tema que se está tratando.

Toda la información que se ha recogido de los diversos autores, a través de libros, artículos científicos u otros, está correctamente citada como refiere en las normas APA. De igual manera, las personas que estuvieron involucradas de alguna manera con la investigación, se les comunicó para que puedan acceder a la conversación, cabe señalar que la charla fue grabada con el debido consentimiento de los entrevistados.

### **3.8. Método de análisis de datos**

Como la investigación es inductiva, sigue un análisis con un paradigma interpretativo reflexivo, ya que se interpretará la información que se encuentra en el marco teórico, para que luego se pueda reflexionar y obtener los hallazgos correspondientes. La presente indagación, también pretende recoger información de los expertos a través de una entrevista a cada uno, en una reunión a través de una plataforma virtual con una duración de 15 a 20 minutos.

### **3.9. Aspectos éticos**

La investigación tiene fines exclusivamente académicos. Además, el proceso de construcción fue como señala la Guía de Elaboración de Tesis. Asimismo, toda la información fue subida a un software (Turnitin) que comprobó el porcentaje mínimo de similitud con alguna fuente consultada. También, los expertos que validaron los instrumentos, al igual que los entrevistados, fueron informados sobre el tema que se aborda en el trabajo. Además, se tuvo en cuenta los principios de ética en la investigación, como la transparencia, responsabilidad, respeto de la propiedad intelectual y libertad.

#### **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Con el análisis realizado y las declaraciones de los expertos en el tema, se presentan los siguientes resultados.

En cuanto a las redes sociales que utilizaron, en la indagación se identificó que usaron constantemente tres redes. Los entrevistados coinciden en que Twitter es la red social más utilizada para brindar cualquier tipo de información. Justamente, el medio en cuestión publicó más contenido sobre el certamen en esa red social. Sin embargo, resaltan que Instagram o Facebook también pueden ayudar a emitir información, aunque en algunos casos, puede ser llevado más al tema personal de cada usuario.

Además, en relación a Twitter, un experto indicó que lo utiliza en el momento de la transmisión para poder tener una interacción con el público a través del hashtag. Enfocándonos en este aspecto, el hashtag fue utilizado en la mayoría de sus publicaciones para poner en contexto a los usuarios de las tres redes. Asimismo, la cantidad de caracteres ayudó a simplificar la información.

Mientras que Facebook también sirvió de ayuda para emitir dicha información. Los usuarios responden más con la interacción Me gusta, en algunas ocasiones, también usaban el Me encanta. Además, el medio de comunicación tiene más seguidores en esa red. Es así que, después de un par de minutos de haber sucedido algún factor relevante, publicaban en esta red, al igual que en las otras. Asimismo, los entrevistados señalan que esta red es una de las más ligadas al aspecto personal.

Con respecto a Instagram, fue la red que tuvo menos publicaciones sobre la final. Destacaron más el tema visual. Una de las entrevistadas consideró que esta red también puede servir como un respaldo al trabajo que cada profesional viene realizando en distintos sectores, ya que se evidencia en la publicación que uno registra. Irigaray (2015) considera que las tres redes sociales en mención son las que frecuentemente se utilizan para cubrir un hecho noticioso; sin embargo, GOLPERU también utilizó YouTube para subir solo un contenido por jornada, en relación a la final del certamen.

También utilizaron las herramientas que más caracterizan a cada red. El texto fue lo más utilizado en las redes sociales, ayudaron a describir cada publicación. Además, etiquetaron a la cuenta oficial de cada equipo participante y también hicieron lo mismo con el jugador que fue el punto central de la publicación. A ello, en un par de ocasiones, añadieron distintos emojis.

Por otro lado, el video fue publicado para visualizar la llegada de ambos equipos al escenario de juego, los respectivos calentamientos de las dos escuadras, las ocasiones más claras de gol, alguna jugada polémica, las gestaciones de los tantos (gol), la celebración del equipo que salió campeón, las declaraciones de los jugadores y directores técnicos o integrantes del cuerpo técnico, y el resumen del encuentro. Con lo analizado, ningún video supera los dos minutos de reproducción. Cabe señalar que la mayoría de las publicaciones fueron rescatadas de la transmisión que fue televisada.

Ahora, la imagen en un par de ocasiones fue tomada de la misma transmisión de televisión, en otras fueron propiamente elaboradas. Tenían relación a la presentación del evento, las estadísticas que presentaban los dos entrenadores, los mejores números de los jugadores más destacables, los sectores por donde un equipo atacaba más, la oncenita titular de cada club, el inicio del compromiso, el final del primer tiempo, el principio del segundo tiempo, el fin del encuentro, la figura del partido, el bite de los técnicos, jugadores o personas que integran parte del cuerpo técnico, y la recopilación de fotografías tomadas desde el campo de juego,

Continuando con la relación de los últimos puntos, el tema visual (video e imagen) no fue ajeno a ninguna red social. Es preciso indicar que también usaron la red Youtube para publicar un contenido sobre el resumen del acontecimiento. La misma publicación fue compartida en otras redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

Asimismo, en este tipo de coberturas los periodistas realizan tres funciones claves. El primer entrevistado indicó que el comentarista es una de las funciones en las transmisiones deportivas, lo realiza el periodista o la persona con experiencia

en el rubro. De alguna u otra manera, la función que cumple es la de un segundo conductor del encuentro, ya que acompaña al encargado de narrar.

Entonces, la idea es que sea objetivo. Lo esencial es presentar al televidente cómo van jugando los equipos. También se puede mencionar los sistemas de juego, después las intenciones de juego de cada equipo, y por ahí ya se va dando el partido, conforme uno va viendo detalles, si están jugando con pocas llegadas al arco o si es un partido con muchas opciones de gol.

De igual manera tiene que analizar y explicar con un lenguaje claro, sin mucho tecnicismo, lo que sucedió en alguna jugada del encuentro, tal vez indicar por qué un deportista tomó una decisión asertiva o errónea. Es preciso indicar que no necesariamente tiene que ser una persona que cumpla con esa función, también hay ocasiones en las que dos o más personas puedan ejercer la misma labor. Dependiendo de cada medio, el contexto, el encuentro, entre otras cosas.

Además, el segundo entrevistado precisó que el reportero de cancha también es otra función que se realiza en este tipo de coberturas. La principal característica de su función es precisar lo que sucede en el escenario de juego y brindar datos en los momentos que sea necesario.

También debe estar atento a lo que puede suceder en el escenario de juego o en la zona técnica, además de estar muy informado sobre los jugadores y cada club. De igual manera, hay ocasiones en las que un solo reportero cubre la información de ambos equipos, pero también hay casos en que dos periodistas se enfocan en cubrir a cada participante (club). Cada uno se centra en el equipo al que se le asignó.

Con respecto a la última entrevistada, señaló que el narrador/relator es la función principal en las coberturas deportivas, en este caso, sobre fútbol y otros. Teniendo en cuenta que en otras disciplinas también se cumple ese rol. Es la encargada de conducir, presentar y llevar a cabo la transmisión del compromiso en cuestión.

Indica que la característica principal de su función es transmitir pasión. Además, tiene que contar, con un estilo propio, cómo se va desarrollando el juego. Asimismo, la finalidad de su función es hacer que los oyentes sientan distintas

emociones en el transcurrir de los minutos, teniendo en cuenta las distintas situaciones que se generan. Cabe señalar que también tiene que saber manejar las distintas dificultades que pueden aparecer en la transmisión.

Partiendo de ello, cada persona posee un estilo distinto, se puede tener referentes, pero sería bueno que con la experiencia que vayan adquiriendo, encuentren su verdadero estilo. También ser una persona emotiva, la tonalidad de la voz puede ayudar, pero sobre todo, hacer que el público pueda sentir las distintas emociones que se gesten en el desarrollo de la transmisión.

Por otro lado, también realizan coordinaciones entre ellos. El comentarista interactúa más con el relator. Donde es importante una conexión entre ambos, para que la transmisión sea más agradable. El comentarista lee más que el relator, porque él tiene que estar más atento al juego, muy metido en el partido, no se le puede escapar una jugada. En cambio, si al comentarista se le perdió una jugada, ocasión de gol o un gol, tiene la repetición para comentarlo.

Ahora, como se comentaba líneas anteriores, la narradora realiza coordinación con la persona que va acompañarla en los relatos, en este caso el/la comentarista. Desde el punto de vista de la entrevistada, el diálogo tiene que ser previo al encuentro para poder entablar una conexión y al momento de la transmisión la conversación pueda fluir. Además, tener en cuenta la entonación que tiene cada narrador, ello ayuda a identificar los momentos precisos para que el comentarista pueda entrar a dar su punto de vista sobre alguna jugada que sucede en el compromiso.

Continuando con el tema, los profesionales que están a ras de campo coordinan entre sí. En el tema post partido, al momento de buscar las declaraciones de los principales protagonistas, hay una organización para saber a quién o quiénes se va a realizar la entrevista. También hay una previa coordinación con los comentaristas o relatores, para intervenir o brindar algún dato relevante en un momento indicado.

Entrando al tema de la discusión, el objetivo principal de la investigación es analizar la cobertura periodística en las redes sociales de un medio deportivo en la final de la Liga 1 Movistar. Cabe señalar que el medio solo está enfocado en temas

deportivos, para ser más específico en fútbol. Es así que fue amena porque realizaban constantemente este tipo de transmisiones desde hace un par de años.

Ahora, en relación a la teoría de la Agenda Setting, el medio identificó al único evento deportivo (fútbol) que se estaba desarrollando en Lima, Perú o en el extranjero. Por lo tanto, al no existir otro acontecimiento y finalizando la campaña 2020, GOLPERU realizó la cobertura en el Estadio Nacional sobre la final de la Liga 1.

Es importante indicar que todas las redes pueden ayudar a que el usuario se informe sobre el tema, teniendo en cuenta que hay mucha gente utilizando las redes sociales y otras que no. Por ello, identificar las redes que tienen mayor o menor cantidad de seguidores ayudará a que puedan distribuir el contenido de una buena manera, sin la necesidad de acumular demasiada información. Ello, con el objetivo de mantener actualizados a los usuarios y buscar o hacer que otras personas se puedan sumar a su lista de seguidores.

Asimismo, Girón (2018) y Araujo (2019) coinciden que la información tiene que ser clara. En las distintas redes usaron un lenguaje claro en cada publicación. No se demoraron mucho al momento de publicar. A los pocos minutos de haber sucedido un acontecimiento relevante en la cobertura, subían el contenido en cada red social.

La tecnología también ayudó a que la información pueda llegar en el menor tiempo posible, para ello, las redes sociales fueron las piezas claves para que la cobertura pueda llegar a los usuarios de una manera rápida, clara y precisa. Rojas (2019) precisa que la implementación de esta tecnología ha ampliado distintos horizontes en eventos que tratan sobre deportes.

Es importante considerar la esencia de cada red social, al igual que diferenciar el contenido, ya que hay gente que prefiere utilizar una red en especial, en esos casos ayudará a que el usuario pueda estar informado. No obstante, copiar el mismo contenido puede generar una acumulación de información y, al final, el usuario no recibe la información adecuada. Ante ello, English (2017) señala que los periodistas deportivos contemporáneos operan en un entorno en el que se les exige ser guardianes multimedia, tomar decisiones sobre qué contenido colocar en qué

plataforma y si enfocarse más en elementos de informes objetivos u opiniones personales. [Traducción propia]

Entonces, Chávarry (2019) hace hincapié en que las noticias deportivas no son el único tipo de noticias de entretenimiento. En el contexto que se desarrolló este evento, la transmisión fue una distracción para los simpatizantes de ambos equipo o del deporte. Cabe señalar que el medio, como se sabe, solo está enfocado en deportes, para ser más específico en fútbol. Es así que fue amena porque realizaban constantemente este tipo de transmisiones. Según lo manifestado por Scherman y Mellado (2019) indican que las características de las noticias deportivas tienen relación con el entretenimiento.

De igual manera, como precisaron los entrevistados, por lo general recurren a fuentes documentadas (portales web que tengan relación con el deporte seleccionado o de la cuenta oficial de la máxima entidad del deporte) para preparar la información que utilizarán en la transmisión. También, cuando sea el caso necesario, deben de recurrir a fuentes vivas, tal vez para corroborar alguna información relacionada a uno de los equipos participantes. Rojas y Márquez (2017) manifiestan que el promedio de las fuentes indica una investigación y un seguimiento de la información.

Al mismo tiempo, el autor Romero (2021) precisó que los periodistas deportivos peruanos estaban preparados para cubrir un evento internacional. En este caso, un evento local, los periodistas también se encontraban listos para realizar este tipo de coberturas, por la experiencia que han ido adquiriendo.

Es así que Díaz (2019) y Ceballos (2017) indican que las mujeres también tienen participación en las coberturas deportivas. Justamente, las mujeres también tuvieron participación en la final de este certamen, como reporteras de cancha. Además, hoy en día, en nuestro país también hay mujeres que cumplen con la función de comentar o narrar un encuentro deportivo. Las funciones principales en una transmisión deportiva.

## **V. CONCLUSIONES**

Finalizando la investigación, con todo lo estudiado, recopilado y analizado, se presentan las siguientes conclusiones:

- 1) En primer lugar, según el objetivo general, GOLPERU utilizó distintas redes sociales para compartir las novedades que se gestaban en el transcurrir de los minutos, en compañía de las diversas herramientas multimedia con la que los usuarios estuvieron enterados de lo que sucedía en el evento y los periodistas o profesionales en el tema realizaron distintas funciones en la cobertura deportiva.
- 2) Además, según el objetivo específico 1, el medio de comunicación utilizó cuatro redes sociales para la difusión de la información con relación a la final de la Liga 1. Facebook, Twitter, Instagram y YouTube fueron las redes que usaron. Teniendo en cuenta que en Twitter se compartió mayor cantidad de información.
- 3) De igual manera, según el objetivo específico 2, el medio utilizó el texto para detallar la información relacionada a cada publicación, el video y la imagen para el desarrollo de la cobertura periodística y la interacción con los usuarios de las distintas redes sociales.
- 4) Finalmente, según el objetivo específico 3, los periodistas que estuvieron en dicha cobertura realizaron tres distintas funciones. Relatar, comentar y reportear a ras de cancha son las funciones que se asignaron para cubrir periodísticamente la final de la Liga 1. Teniendo en cuenta que cada profesional tiene una preparación personal antes que se desarrolle el acontecimiento.



## **VI. RECOMENDACIONES**

Con lo investigado, se recomienda lo siguiente:

- 1) Que el medio deportivo siga compartiendo información relacionada al fútbol local (Perú) e internacional. Además, que también pueda difundir noticias relevantes que estén relacionadas a otros deportes o los logros obtenidos por distintos atletas nacionales.
- 2) Que el medio siga utilizando las redes sociales que viene gestionando para que puedan captar la atención y atraer a más seguidores en sus distintas redes. Asimismo, que guarden en modo público el registro de historias en Instagram y Facebook para que los usuarios puedan visualizarlo después de las 24 horas de creación.
- 3) Por otro lado, que el medio mantenga el constante uso del texto, mientras que el video y las imágenes sean lo primordial para reflejar el verdadero significado de lo que sucedió en relación a la publicación compartida.
- 4) Que los periodistas o expertos encuentren las herramientas (materiales) necesarias o las fuentes para que puedan estar bien informados y, con ello, puedan difundir con claridad los datos o las noticias recopiladas al momento de realizar una cobertura relacionada al fútbol.

## REFERENCIAS:

- Araujo, M. A. (2019). *Estudio comparativo sobre el tratamiento periodístico de dos diarios deportivos locales, en relación a la selección peruana, mundial Rusia 2018* [tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6370>
- Barredo, D., Pinto, K., Freundt, Ú., y Medranda, N. (2020). Interaction and user generated content on online informative platforms: A comparison of journalists in Colombia, Peru and Ecuador. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 12(1), 99–117. [https://doi.org/10.1386/cjcs\\_00016\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs_00016_1)
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Revista de la Red de Europa Central*, (8), 201-218. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Ceballos, N. K. (2017). *Incursión de la mujer en el periodismo deportivo guatemalteco en la ciudad de Guatemala* [tesis de licenciatura, Universidad Mariano Gálvez de Guatemala]. <https://glifos.umg.edu.gt/library/index.php?title=59598&lang=es&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@autor=CEBALLOS%20VINASCO,%20NANY%20KORIN%20@mode=&recnum=1>
- Cetina, R. y Martínez, J. (2019). Algoritmos y noticias: Redes sociales como editores y distribuidores de noticias. *Revista De Comunicación*, 18(2), 261-285. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A13>
- Cornejo, F. (2021). Periodistas detrás de la verdad. Enfoques para un periodismo de cambio. Fundación Friedrich Ebert-Perú. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/peru/17631.pdf>
- Chávarry, F. A. (2019). *Características del periodismo deportivo en el relato de suspensión de Paolo Guerrero – diario Depor* [tesis de bachiller, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio institucional USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5260>

- Díaz, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. Revista General De Información Y Documentación, 28(1), 119-142. <https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Díaz, E. M. (2019). *Cobertura mediática de la presencia deportiva femenina, en Diario La Hora Santo Domingo* [tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. [https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo\\_de\\_titulaci\\_n\\_diaz\\_estefany#:~:text=El%20resultado%20de%20esta%20investigaci%C3%B3n,mujeres%20es%20discreta%2C%20incluso%20nula](https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci_n_diaz_estefany#:~:text=El%20resultado%20de%20esta%20investigaci%C3%B3n,mujeres%20es%20discreta%2C%20incluso%20nula)
- English, P. (2017). Social media boundaries in sports journalism: individual and organisational gatekeeping in India and Australia. Asian Journal of Communication, 27(5), 480–496. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1284876>
- Escudero, C. L. y Cortez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Editorial UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Feijoo, C. A. (2019). *Periodismo deportivo digital en el mundial Rusia 2018- Web de la FIFA* [tesis de bachiller, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio institucional USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/5316>
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Franklin, B. y Eldridge, S. (2016). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. Routledge, (1). <https://doi.org/10.4324/9781315713793>
- Girón, W. R. (2018). *Tratamiento noticioso de la participación del Perú en el mundial de Rusia 2018 en el medio deportivo digital Depor.com* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/625056>

- Guevara, G. P., Verdesoto, A. E., y Castro, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Grimmer, C. y Horky, T. (2018). Twitter and sports journalism in Germany: Application and networks during the Sochi 2014 Winter Olympics. *Journal of Media and Communication Studies*, 10(6), 65-77. <https://doi.org/10.5897/JMCS2017.0596>
- Instituto de Estudios Peruanos. (2020). *IEP Informe de Opinión – Diciembre 2020*. (Encuesta telefónica a nivel nacional). IEP. <https://iep.org.pe/wp-content/uploads/2020/12/Informe-IEP-OP-Diciembre-2020-final-v2.pdf>
- Irigaray, F. (2015). Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad. Rosario: UNR. <https://www.fiile.org.ar/uploadsarchivos/4.pdf>
- Jimenez, V. y Comet, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 3(2). Recuperado a partir de <https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/54>
- Jimeno, M. Á. y Rojas, J. L. (2017). La apuesta por el deporte en la prensa local española como elemento clave para hacer comunidad. Un análisis de las fotografías de portada. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 1179-1197. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58039>
- Johnson, B. (2017). Social media and attributed digital content policy. *Digital Communications Lead*. <https://www.england.nhs.uk/wp-content/uploads/2018/04/social-media-policy.pdf>
- Kroon, Å. y Eriksson, G. (2019). The Impact of the Digital Transformation on Sports Journalism Talk Online. *Journalism Practice*, 13(7), 834–852. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1577695>

- Kryukova, S. (2018). Ethical Aspects Of The Journalistic And Advertising Texts' Analysis. *Revista San Gregorio*, 1(23), 140-147. doi: <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v1i23.689>
- López, X., Rodríguez, A. y Pereira, X. (2017). Technological Skills and New Professional Profiles: Present Challenges for Journalism. *Comunicar*, 25(53), 81–90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- Márquez, M. y Rojas, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. *Cuadernos.info*, (40), 173-188. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.40.1009>
- Mendoza, M., Díaz, B. y Espinoza, A. (2019). El concepto de 'ciudadanía' en los cibermedios peruanos. Las perspectivas de los medios, los usuarios y los periodistas. *Revista De Comunicación*, 18(2), 202-223. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A10>
- Moreno, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 1299-1317. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.58046>
- Puertas, P., Marfil, R., Zurita, F. y González, G. (2019) Impact of Sports Mass Media on the Behavior and Health of Society. A Systematic Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16 (3):486. <https://doi.org/10.3390/ijerph16030486>
- Ramirez, J., Castillo, B., Benavides, J. C., Peralta, Y. I., Berrios, J. R., Idalia, F., Moncada, H., Navarro, M., Molina, M., Flores, Y., Navarro, S. J. y Alfaro, J. (2018). *Metodología de la Investigación e Investigación Aplicada para Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. <https://jalfaroman.files.wordpress.com/2019/03/dosier-metodologia-e-investigacion-aplicada-2018.pdf>
- Rojas, J. (2019). La automatización en las coberturas deportivas. Estudio de caso del bot creado por The Washington Post durante los JJ.OO. de Río 2016 y

- Pyeongchang, 2018. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 1729-1747. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1407>
- Rojas, J. (2020). Gamification of sports media coverage: an infotainment approach to Olympics and Football World Cups. *Communication & Society*, 33(1), 29-44. <http://dx.doi.org/10.15581/003.33.1.29-44>
- Rojas, J. y Ramón, X. (2018). Accountable Sports Journalism: Creating a Gateway to Showcase Ethical Codes, Stylebooks, Ombudsmen and Beyond. *Athens Journal of Sports*, 5 (4), 351-368. <https://doi.org/10.30958/ajspo.5-4-8>
- Rojas, J. y Toural, C. (2019). Automated sports journalism. The AnaFut case study, the bot developed by El Confidencial for writing football match reports. *Doxa Comunicación*, 29, 235–254. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a12>
- Romero, J. S. (2021). *Cobertura noticiosa de un mundial de fútbol: Rusia 2018* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/16439>
- San Lucas, R. I., Tolozano, M. S., y León, I. P. (2020). Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 340-354. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33373>
- Scherman, A. y Mellado, C. (2019). La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra Clave*, 22(3), 1–27. <https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.3.8>
- Szytko, J. (2019). Fotografía jako wypowiedź dziennikarska – odmiany gatunkowe. *Studia Medioznawcze*, 20(1), 83-98. <https://doi.org/10.33077/uw.24511617.ms.2019.1.99>
- Tejedor, S. (2019). Herramientas digitales para comunicadores. Universitat Autònoma de Barcelona. [http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/publicacion-adjuntos/herramientas\\_para\\_comunicadores\\_digitales.pdf](http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/publicacion-adjuntos/herramientas_para_comunicadores_digitales.pdf)

- Troncoso, C. y Amaya, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 65(2), 329-332. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Vásquez, J., Direito, S. y López, X. (2019). Periodismo efímero: distribución de noticias a través de historias de Instagram. *Social Media + Sociedad*. <https://doi.org/10.1177/2056305119888657>
- Wesemann, K. (2016). El periodismo por los periodistas Perfiles profesionales en las democracias de América Latina. Konrad Adenauer Stiftung e. V. [https://www.kas.de/c/document\\_library/get\\_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038](https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038)
- Westlund, O. y Ekström, M. (2019). News organizations. *Handbook of Journalism Studies*, (2)136-166. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.14689.35686>
- Weedon, G., Wilson, B., Yoon, L. y Lawson, S. (2018). Where's all the 'good' sports journalism? Sports media research, the sociology of sport, and the question of quality sports reporting. *International Review for the Sociology of Sport*, 53 (6), 639–667. <https://doi.org/10.1177/1012690216679835>
- Wilding, D., Fray, P., Molitorisz, S. y McKewon, E. (2018). The Impact of Digital Platforms on News and Journalistic Content. University of Technology Sydney, NSW. [https://www.researchgate.net/profile/Mohamed\\_Mourad\\_Lafifi/post/Is\\_Multi-Market-Model\\_still\\_famous\\_in\\_economics\\_Scope\\_for\\_publication/attachment/5f9b38aa7600090001f1cde8/AS%3A952093154230272%401604008105277/download/ACCC+commissioned+report+-+The+impact+of+digital+platforms+on+news+and+journalistic+content%2C+Centre+for+Media+Transition.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mohamed_Mourad_Lafifi/post/Is_Multi-Market-Model_still_famous_in_economics_Scope_for_publication/attachment/5f9b38aa7600090001f1cde8/AS%3A952093154230272%401604008105277/download/ACCC+commissioned+report+-+The+impact+of+digital+platforms+on+news+and+journalistic+content%2C+Centre+for+Media+Transition.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia



PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	ASPECTOS	METODOLOGÍA
<p><b>GENERAL:</b></p> <p>¿Cómo se desarrolla la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga1 Movistar, Lima, 2021?</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p>¿Cuáles fueron las redes sociales que utilizó GOLPERU en la cobertura periodística en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021?</p> <p>¿Cuáles fueron las herramientas multimedia que se utilizaron en la cobertura de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021?</p> <p>¿Cuáles fueron las funciones de los periodistas en la cobertura de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021?</p>	<p><b>GENERAL:</b></p> <p>Analizar la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021</p> <p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Identificar las redes sociales de GOLPERU en la cobertura periodística en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021</p> <p>Determinar las herramientas multimedia que se utilizó en la cobertura de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021</p> <p>Describir la función de los periodistas en la cobertura de GOLPERU en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021</p>	<p><b>Cobertura periodística</b></p> <p>Irigaray (2014), La cobertura es un hecho rutinario. El especializado (el periodista) lo hace en la medida en que le es impuesta la pauta y también según la inmediatez o lo que tenga asignado como pauta para el papel. Sin embargo, hay hechos que por la naturaleza de su impacto deben ser planificados.</p>	<p><b>Redes sociales</b></p>	Facebook	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos: La entrevista y el análisis de contenido. Guía de entrevista y ficha de análisis.</p>
				Twitter	
				Instagram	
			<p><b>Herramientas multimedia</b></p>	Video	
				Fotografía	
				Texto	
			<p><b>Funciones</b></p>	Producir	
				Organizar	
				Distribuir	







## Anexo 2. Matriz de categorización

OBJETIVO GENERAL	Analizar la cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	UNIDADES DE ANÁLISIS /BASE TEÓRICA a partir de la cual se creará nueva información
Identificar las redes sociales de GOLPERU en la cobertura periodística en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021	Redes sociales	Facebook Twitter Instagram	Fuentes Bibliográficas: Irigaray (2014), Candale (2017), Franklin y Eldridge (2016), Grimmer y Horky (2018) y Vásquez, Direito y López (2019) Técnicas e Instrumentos: Análisis de contenido. Ficha de análisis.
Determinar las herramientas multimedia que se utilizaron en la cobertura de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021	Herramientas multimedia	Video Fotografía Texto	Fuentes Bibliográficas: Irigaray (2014), Tejedor (2019), Johnson (2017), Szylko (2019) y Kryukova (2018) Técnicas e Instrumentos: Análisis de contenido. Ficha de análisis.
Describir la función de los periodistas en la cobertura de GOLPERU en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021	Funciones	Producir Organizar Distribuir	Fuentes Bibliográficas: Irigaray (2014) Wilding, Fray, Molitorisz y McKewon (2018) Westlund y Ekström (2019) Cetina y Martínez (2019) Técnicas e Instrumentos: Entrevistas a expertos y/o personajes involucrados. Guía de entrevistas.

### Anexo 3. Instrumentos



Ficha de análisis N° 1											
Medio:	GOLPERU	Día/Mes/Año:	16/12/2020	Categoría	Sub categorías			Descripción	Interpretación		
Imagen				Redes sociales			Herramientas Multimedia				
				Aspectos			Aspectos				
				Facebook	Twitter	Instagram	Video			Fotografía	Texto
				Cobertura periodística	X				X	X	<p>Imagen publicada en Facebook, en compañía del texto y los hashtag del evento. Refiriéndose al duelo que iniciará en los próximos minutos.</p> <p>Captura de la transmisión en el momento que los periodistas presentan el inicio de la competencia. Asimismo, hacen hincapié a los rivales que se van a enfrentar, etiquetándolos con sus respectivas cuentas y usando los hashtag.</p>
					X				X	X	<p>Elaboración de una infografía sobre los datos que presenta cada entrenador. De igual manera, hacen una descripción usando emojis, etiquetando a la respectiva institución que representan y finalizan con los hashtag.</p>

 <p>golperuoficial</p> <p>golperuoficial Llegó Universitario</p> <p>¡FULL MÚSICA! Así fue la llegada de @universitario1924 al Estadio Nacional para disputar #LAFINALXGOLPERU ante @clubsportingcristal #LIGA1MOVISTARXGOLPERU #AlientaDesdeCasa</p> <p>26 sem</p> <p>15.026 reproducciones</p> <p>16 DE DICIEMBRE DE 2020</p> <p>Agrega un comentario... Publicar</p>				X	X		X	Grabación publicada en la red social Instagram, en conjunto del texto, emojis, los hashtag del evento y etiquetando a uno de los rivales. Ello tiene relación con la llegada de un equipo en especial.	Publicación de un video con una duración de 1:45, toma en primera persona, mostrando la llegada de un equipo al escenario de juego. Además, hace una breve descripción, usando emojis, etiquetando al equipo protagonista y usando los hashtag.
 <p>golperuoficial</p> <p>golperuoficial @negrime19 gana en el área y pone el descuento crema que le da esperanza a @universitario1924 de cara a la segunda final con @clubsportingcristal #LAFINALXGOLPERU</p> <p>26 sem</p> <p>59.396 reproducciones</p> <p>16 DE DICIEMBRE DE 2020</p> <p>Agrega un comentario... Publicar</p>				X	X		X	Video publicado en Instagram, describiendo la finalidad del mismo, etiquetando a los autores y usando los hashtag del evento. Esto en relación a uno de los tantos anotados por un futbolista.	Video con una duración de 0:41, reflejando cómo sucedió uno de los goles anotados por un equipo. También describen la situación, etiquetan al autor de la acción, al equipo que pertenece y usan los hashtag.
 <p>GOLPERU @GOLPERUoficial · 16 dic, 2020</p> <p>¡Ahora ¡ALINEACIONES! Estas son las oncenas de @Universitario y @ClubSCristal en el estadio Nacional para la final de ida de la Liga1 Movistar 2020. #LAFINALXGOLPERU #LIGA1MOVISTARXGOLPERU #AlientaDesdeCasa</p> <p>1</p> <p>3</p> <p>11</p>		X				X	X	Publicación de Twitter, redacción sobre las alineaciones, etiquetando a los clubes, usando un emoji, los hashtag del evento y utilizando una gráfica para nombrar a los protagonistas del encuentro.	Elaboración de una imagen indicando el apellido y la enumeración de los futbolistas que serán titulares, la institución y su respectivo director técnico. Cabe señalar que usan los hashtag, etiquetan a los dos equipos y usan un solo emoji.

			X		X		X	<p>Descripción y publicación de un video sobre los trabajos previos de ambos equipos, etiquetando a los protagonistas, usando emojis y empleando los hashtag del evento.</p>	<p>Grabación de la transmisión y publicada en Twitter con un tiempo de 1:46, sobre los respectivos calentamientos de cada equipo en el campo de juego. Lo acompañan con la descripción adecuada, etiquetando a los clubes y usando los hashtag.</p>
---	--	--	---	--	---	--	---	--	---

Ficha de análisis N° 2

Medio:	GOLPERU	Día/Mes/Año:	16/12/2020	Categoría	Sub categorías						Descripción	Interpretación
Imagen					Redes sociales			Herramientas multimedia				
					Aspectos			Aspectos				
Facebook	Twitter	Instagram	Video	Fotografía	Texto							
<p><b>Cobertura periodística</b></p>						X		X		X	<p>Video y texto publicado en Twitter, usando los hashtag del evento y etiquetando a los protagonistas. Publicación sobre el resumen de los protagonistas de la final.</p>	<p>El resumen del encuentro fue presentado en un video, con una duración de 1:59. Mostrando los momentos claves que se vivieron en el compromiso. Asimismo, solo describen el producto visual y lo acompañan de los hashtag y etiquetando a cada equipo.</p>
						X			X	X	<p>Publicación de distintas fotografías y describiendo la premiación del equipo que salió campeón, etiquetando a la institución ganadora, usando un emojis y los hashtag sobre el evento. Fue compartida en Twitter.</p>	<p>Recopilación de cuatro fotografías tomadas desde el escenario de juego sobre la celebración del equipo que logró quedarse con la copa. Realizan una breve descripción usando emojis, hashtag y etiquetando a dicho club.</p>

 <p>golperuoficial @ Colaboración pagada con betcris</p> <p>golperuoficial @ (CONTENIDO) Roberto Mosquera agradece el esfuerzo de sus dirigidos para sacar campeón a @clubsportingcristal. #LAFINALGOLPERU #LIGA1MOVISTARXGOLPERU #AlentaDesdeCasa</p> <p>*Publicidad Entra a <a href="http://bit.ly/39u0ICS">http://bit.ly/39u0ICS</a> (Abre tu cuenta, gana en tu primera apuesta o vuelve a jugar gratis)</p> <p>25 likes</p> <p>926 Me gusta 20 DE DICIEMBRE DE 2020</p> <p>Agrega un comentario... Publicar</p>								<p>Imagen publicada en la red social en conjunto del texto, los hashtag del evento y etiquetando al club campeón. Ello tiene relación con la declaración que brindó el entrenador del equipo ganador.</p>	<p>Editan una imagen con el entrenador del equipo ganador y muestran la cita que expresó el personaje en mención. Además, etiquetan a la institución que representa y usan los hashtag. Finalmente, hacen una mención especial a su publicidad y añaden un enlace.</p>
 <p>golperuoficial @</p> <p>golperuoficial @ (CAMPEÓN CELESTE) Encomendamos nuestras felicitaciones a @clubsportingcristal por coronarse merecidamente como campeón de la #LIGA1MOVISTARXGOLPERU 2020 🏆 #LAFINALGOLPERU #AlentaDesdeCasa</p> <p>*Publicidad Betsson, tu sitio de apuestas online.</p> <p>25 likes</p> <p>2,948 Me gusta 20 DE DICIEMBRE DE 2020</p> <p>Agrega un comentario... Publicar</p>								<p>Elaboración de una imagen, en relación a los principales protagonistas de la gran hazaña, compartida en Instagram, acompañada de las felicitaciones al equipo ganador, etiquetando al club, usando emojis y los hashtag del evento.</p>	<p>Edición de una imagen, juntando los mejores momentos que el equipo triunfador pudo lograr y mostrando el rostro del técnico que dirigió a los jugadores. También etiquetan a la cuenta del club en mención, usan los hashtag, emojis y hacen una mención especial a su publicidad.</p>

		X			X		X	<p>Publicación de un video e informando sobre las declaraciones que estaba brindando el entrenador vencedor, empleando los hashtag del acontecimiento. Fue compartida en Facebook.</p>	<p>El video tiene un duración de 1:24, trata sobre lo expresado por el entrenador del equipo campeón, también puede ser considerado como <i>bite</i> (breves declaraciones que brindó el entrevistado, lo más resaltante). Cabe señalar que el video fue recogido de la transmisión televisiva.</p>
		X			X		X	<p>Descripción y publicación de un video, en Facebook, sobre lo dicho por el comentarista refiriéndose al equipo que ganó y usando los hashtag del evento.</p>	<p>Video sobre el comentario que realizó una de las personas encargadas de la transmisión, dura 1:30. Lo acompañan con su respectiva descripción y los frecuentes hashtag. El video fue rescatado de la misma transmisión del medio.</p>

Guía de entrevista

Pregunta	Nombre del entrevistado/a	Respuestas	Análisis	Interpretación	Reflexión
1. ¿Qué función realizaste en la cobertura?	Vicente Cisneros	Comentarista en radio y televisión. Yo creo que esa función ha ido cambiado. Si te das cuenta o revisas transmisiones de hace quince o veinte años, el comentarista era un acompañante del relator.	El experto manifestó que realiza la función de comentarista en las coberturas periodísticas sobre deportes.	De alguna u otra manera, la función que cumple es la de un segundo conductor del encuentro, ya que acompaña al encargado de narrar.	El comentarista se encarga de analizar el encuentro que será transmitido.
	Jean Dueñas	Reportero de cancha, también llamado cronista o planta baja (como lo llamaban antes).	El profesional indicó que cumple la función de reportero en las coberturas deportivas.	Reportero a ras de cancha, que brinda información de lo que ocurre en el campo de juego.	El reportero informa lo que pasa en la cancha, pide la palabra y lo comunica. También brinda datos sobre el compromiso.
	Rosa Muñoz	Acá estamos más habituados a usar el narrador. Bueno, narradora no porque no ha habido muchas. Pero se suele usar el narrador. Creo que el relator es un poco más relacionado al fútbol. Es lo que me he dado cuenta en los últimos tiempos	La entrevistada precisó que cumple el papel de narradora / relatora en las transmisiones deportivas	La función que realiza es conducir, presentar, llevar la transmisión del compromiso en cuestión.	El narrador o relator es el principal encargado de la transmisión. Cuenta lo que sucede en el partido.
2. ¿Qué características consideras que un periodista debe poseer para cumplir esa función?	Vicente Cisneros	El relator termina siendo la figura principal de la transmisión, porque es el que lleva la parte emotiva, es el que lleva el ritmo del partido. Entonces, generalmente, si el relator transmite emoción y pasión, el comentarista tiene la consigna de transmitir la parte racional, la parte del análisis del partido. Yo dividiría la transmisión en dos partes; el relator lleva pasión y emoción, mientras que el comentarista debe llevar un poco la parte de la	La idea es que sea objetivo. Lo esencial es presentarle al televidente cómo va jugando su equipo. Se pueden presentar sistemas de juego, después las intenciones de juego de cada equipo, y	Analizar y explicar con un lenguaje claro, sin mucho tecnicismo, lo que sucedió en alguna jugada del encuentro, tal vez indicar por qué un deportista tomó una	Debe ser una persona objetiva, que no se deje llevar por las emociones (hay casos comprensibles) o, en todo caso, la simpatía hacía un equipo. Asimismo, debe tener



		racionalidad, el que tiene que explicar un poco lo que sucede en el juego.	por ahí ya se va dando el partido, conforme uno va viendo detalles, si están jugando con pocas llegadas al arco o si es un partido con muchas opciones de gol.	decisión asertiva o errónea.	conocimientos sobre el juego que está cubriendo.
	Jean Dueñas	Depende, porque no es lo mismo que ser reportero de radio o televisión. En radio (el papel del reportero) es mucho más descriptivo, esa descripción tiene que ser muy precisa. Al oyente tienes que contarle y describirle la jugada. Mientras que en televisión no necesariamente, porque tiene imágenes. El televidente ya está viendo lo que está pasando. Son matices que vas adquiriendo conforme te vas formando. La radio te permite imaginar sin inventar.	La principal característica de su función es contar lo que sucede en el campo de juego y brindar datos en los momentos que sea necesario. Además, tiene que estar atento a lo que sucede en la cancha, no se le puede escapar ningún detalle.	Estar atento a lo que puede suceder en el campo de juego o en la zona técnica, además de estar muy informado sobre los jugadores y cada club. Este último, en los casos que solo un reportero cubre a los dos equipos.	El reportero debe ser una persona que esté al tanto de lo que sucede en el escenario, para que pueda comunicar lo que sucede ahí y en los alrededores, como la zona técnica.
	Rosa Muñoz	Yo creo que los narradores somos personas muy emotivas, porque nuestro papel principal es llevar las emociones de lo que uno ve hacia el público. Lo que espera el público es que el narrador le transmita lo que está pasando en la cancha, tanto en los momentos buenos, malos, momentos de angustia, cuando no llega ningún gol o, también, los momentos de enojo. Una persona que es reservada, introvertida, difícilmente va a poder transmitir estos	Indica que la característica principal de su función es transmitir pasión. Además, tiene que contar, con un estilo propio, cómo se va desarrollando el juego. Asimismo, la finalidad de su	Cada persona posee un estilo distinto, se puede tener referentes, pero sería bueno que con la experiencia que vayan tomando, encuentren su verdadero estilo. También ser una persona emotiva, la	El narrador(a) debe tener un estilo propio para contar el transcurrir del partido. Además, debe tener la facilidad para expresarse y ser rápido para solucionar algún percance que se

		<p>sentimientos que tú estás esperando en un partido.</p> <p>Entonces, yo diría que la cualidad principal, la esencia de un narrador es la pasión. Sí o sí. También considero que la creatividad es muy importante para un relator, ser creativo, saber improvisar. Porque los partidos son completamente distintos.</p> <p>A veces caemos, digámoslo, en el problema de no saber escuchar y solamente hablar, hablar y hablar. Pero a veces te detienes un rato, escuchas y te vas dando cuenta que ello te puede ayudar como relator, a poder acompañar mejor el juego.</p> <p>Entonces leer mucho, escuchar mucho, ver mucho y, sobre todo, leer. Siempre he creído que una persona, para hablar bien, tiene que leer mucho.</p>	<p>función es hacer que los oyentes sientan distintas emociones en el transcurrir de los minutos, teniendo en cuenta las distintas situaciones que se generan. Cabe señalar que también tiene que saber manejar las distintas dificultades que pueden aparecer en la transmisión.</p>	<p>tonalidad de la voz puede ayudar, pero sobre todo, hacer que el público pueda sentir las distintas emociones que se gesten en el desarrollo de la transmisión.</p>	<p>puede generar en el desarrollo del compromiso.</p>
<p>3. ¿Cómo preparaste la información que utilizaste?</p>	<p>Vicente Cisneros</p>	<p>Cada uno se prepara como quiere. En mi caso, yo soy de la escuela clásica. Llevo apuntado, por ejemplo: reviso los videos, hago mis apuntes, informaciones. Busco antecedentes, empiezo a hurgar las últimas cuatro o cinco formaciones de un equipo, para tener una idea de los posibles titulares y, también, las posibles alternativas, en el caso de ingreso. También tener mapeado a los jugadores de ambos equipos, conocer a los jugadores, de qué juegan, cuáles son sus características de juego, qué función puede cumplir. Uno tiene que estar preparado para todo. Saber qué formación tienen.</p> <p>Generalmente lo que hago es revisar videos. Es importante hacerles un seguimiento (al torneo)</p>	<p>Uno tiene que indagar e investigar temas estadísticos sobre ambos equipos, ver el módulo de juego de los dos. Con ello, antes de conocer las formaciones oficiales, ya tenemos una idea de cómo juegan. Se puede tener apuntado muchas cosas, que probablemente se utilice o no utilice en</p>	<p>Busca videos de los últimos encuentros de cada equipo que se van a enfrentar. Con ello analiza e identifica cómo juega cada club, rescata y apunta alguna información relevante que puede utilizar en la transmisión. También reconoce las cualidades, fortalezas o límites</p>	<p>Es bueno llegar empapado de información, cada profesional busca la mejor manera de prepararse. Se tiene que hacer una averiguación sobre el estilo de juego de ambos equipos, las posibles variables, sus fortalezas o puntos débiles, estos puntos ayudan a que tengan un análisis más profundo de los</p>

		a los equipos y jugadores, se hace más fácil tener información de los dos, saber cómo juegan. Con ello yo tengo la idea de la distribución y forma de juego. Conozco sus puntos fuertes y débiles.	la transmisión. A veces hay datos que lo tiene que dar el reportero, pero tenemos que saberlos. Se tiene que saber quiénes son los goleadores de los equipos o tener una idea relacionada a esa información.	que puede tener cada jugador.	distintos competidores. Es bueno hacer apuntes.
	Jean Dueñas	<p>Cuando yo empecé, por ejemplo: llegaba a la radio dos horas antes, buscaba mis estadísticas. Con el tiempo he ido aprendiendo que la radio es un medio tan ágil, tan rápido, que muchas veces preparaba 30 apuntes de estadísticas buenas y a veces no soltaba ni un dato. Con la experiencia he aprendido a dosificar eso.</p> <p>Apuntes básicos necesarios: planilla de jugadores (todo el equipo), partidos jugados, minutos, tarjetas amarillas y rojas, goles, asistencias, titularidades, puesto en la cancha, edad y numeración.</p> <p>De repente otra lista con los partidos que ha jugado el equipo a lo largo del año en el torneo local, Copa Sudamericana y Copa Libertadores. Ello sería lo básico, lo esencial.</p> <p>También puede ser la tabla de posiciones del torneo apertura y clausura, si es clausura cómo va el acumulado. En otra hoja, si alcanza el tiempo, tus estadísticas: tantos partidos jugó X</p>	<p>Llega temprano al escenario donde va a realizar la transmisión. Busca los datos que tienen los principales protagonistas (futbolistas) de la cobertura. Asimismo, realiza un repaso por la información que va guardando con el transcurrir de la competencia.</p> <p>También tiene en cuenta las veces que un deportista ha competido en un torneo internacional.</p>	<p>Repasa y busca los datos que tiene cada jugador: cantidad de goles, partidos disputados, minutos de juego, edad, etc. Además, también indaga sobre alguna información con relación al club que le toca cubrir.</p>	<p>Investigar y buscar los diversos datos o estadísticas, que poseen los integrantes de cada equipo, son el suplemento para que el reportero de planta baja pueda acotar en los momentos oportunos de la transmisión. Se puede tener en cuenta la información más relevante, como: goles, minutos, tarjetas, entre otras.</p>

		jugador, esto pasó cuando se enfrentaron los equipos A-B. Principalmente eso.			
	Rosa Muñoz	<p>Lo primero, cuando me asigna un partido, me pongo a ver uno o dos partidos previos a este que voy a narrar. Si son del mismo campeonato es un poco más fácil, si son de distintos torneos: Copa Sudamericana, Copa Libertadores o partidos entre selecciones, tienes que conocer de ambas Ligas o de los dos países. Es algo que investigando, la información se va quedando.</p> <p>Después, a ello le sumo ir jugador por jugador. Lo que sucede es que para el narrador es muy importante distinguir a los jugadores. Los narradores nos valemos de recursos, a mí me sirve mucho, más allá de los looks, tomo en cuenta los chimpunes, la forma de caminar, la forma en la que se paran en la cancha, las posiciones.</p> <p>También hacer un repaso de sus carreras, edad, clubes, si han tenido alguna convocatoria con su selección. Soy, particularmente, una narradora muy estudiosa de esos detalles, porque creo que eso ayuda a que la transmisión sea mucho más jugosa en cuanto a conocimientos y en cuanto a recursos. Porque a veces también cansa repetir mucho el apellido, entonces (la información que buscaste) el dato que averiguaste lo sabes. Y ayuda a no caer en la redundancia del apellido, porque te preparaste a tiempo y pudiste leer.</p> <p>También considero jugar un poco con el escenario, la ciudad, el país, y con ello adornas un poco la transmisión, tratando de darle un</p>	<p>Repasa y revisa los partidos anteriores de los equipos a los cuales les toca enfrentarse en la transmisión. Tiene en cuenta las características que tienen los distintos jugadores y la posición que ocupan en el campo de juego. Asimismo, investiga sobre el trayecto que ha tenido cada deportista y alguna información relevante de los mismos.</p>	<p>Busca videos de los últimos encuentros que ha tenido cada equipo, tanto en la competencia nacional o internacional, dependiendo de la ocasión. Con ello identifica las posiciones que ocupa cada jugador en la cancha y los va estudiando poco a poco.</p>	<p>Revisar distintos videos de los clubes que se enfrentarán, ya sea para competencias locales o internacionales, servirá para nutrirse de conocimientos e identificar los roles que cumplen los distintos futbolistas en la cancha. Además, se podrá visualizar las características de cada deportista y se hará más fácil de reconocerlos.</p>

		poco de esperanza a la gente que puede estar viéndote y es parte de ese país.			
4. ¿Qué información consideras que no debe faltar?	Vicente Cisneros	Llegar con toda la información del partido ayuda. Tal vez hay comentaristas que no coinciden, algunos se informan medianamente y otros que sí se preparan. A veces prepararte mucho, poco o regular, no te lleva a que siempre hagas buenos partidos. Puedes tener buenos partidos, regulares o malos. Hay partidos a los que puedes ir muy informado y suceden hechos inesperados, y tienes que comentarlo. Algo que sucede con las jugadas polémicas, todas las semanas se dan esas jugadas. A veces la gente cree que, como comentarista, tienes que ser infalible. Por ejemplo: la mano puede ser sancionable o no, tienes que saber el reglamento.	Llegar con toda la información del encuentro es muy bueno. Se tiene que conocer los reglamentos del deporte que se está practicando. Todo puede servir, pero por un par de segundos uno se puede equivocar, hay intersecciones. Hay detalles en los que así te prepares un montón, te puedes equivocar, tu interpretación puede ser errónea o acertada.	Tener mucha información sobre el partido ayuda mucho; sin embargo, se tiene que tener en cuenta que no siempre se va a utilizar toda la información que uno busca. Se tiene que ser prudente con lo que se va a anunciar sobre algún hecho que pasó en el compromiso.	Es importante llegar preparado para la transmisión, pueden suceder distintos acontecimientos y el comentarista tiene que saberlo para que pueda brindar su opinión sobre el hecho.
	Jean Dueñas	El tema de las tarjetas, ya que eso privan a un jugador de estar o no en el siguiente partido. Hoy en día, por ejemplo: si un jugador el equipo X tiene dos amarillas, para ese encuentro, desafortunadamente, se te olvida o no lo tienes impreso, ahí el comentarista o relator te consulta y te quedarás en el aire, porque no sabes qué responder. Es esencial porque si el jugador tiene dos amarillas, con tres ya no juega, tiene una fecha de suspensión. Entonces sí es importante.	Considera que la información relacionada a las tarjetas que haya acumulado cada jugador no puede faltar. De esta manera, puede conocer si un futbolista tendrá la posibilidad de estar	Teniendo muchos datos estadísticos del encuentro, hay uno que puede tener más relevancia: las tarjetas (amarillas y rojas). No obstante, es importante que se conozcan los distintos datos del partido.	Con muchos datos e información que brinda el reportero de cancha, tal vez, el tema de las tarjetas es lo que se debe tener más en cuenta al momento de indagar. Claro está que todos los datos son importantes.

			presente en el siguiente duelo.		
	Rosa Muñoz	<p>El tema de los videos, definitivamente. Los videos para mí son claves. Antes me pasaba que no lo veía así, sentía que tenía muchos problemas con el reconocimiento de los jugadores, sobre todo con las posiciones donde se desenvolvían y para armar los parados tácticos, que para el narrador es muy importante conocer la línea de defensa, volantes, extremos, delanteros.</p> <p>Eso me costaba más, y los videos son elementales porque, más o menos, ya te vas asociando con la idea de juego y, sobre todo, cómo suelen pararse. Creo que de las cosas más importantes en el relator, siempre es cómo se para el equipo. Quiénes son centrales, quiénes son laterales, quién es por izquierda o derecha. Con el video ya, más o menos, te vas dando una idea. Seguramente cambien algunos nombres, pero vas sacando conclusiones acerca de cómo el técnico suele parar al equipo.</p>	Los videos son claves para repasar a cada equipo, incluyendo a los jugadores. De esta manera se tiene una idea de cómo juegan los clubes que se van a enfrentar y los sistemas tácticos que utiliza cada entrenador.	Con el repaso a los videos de ambos rivales, uno puede tener la idea de las cualidades y cómo se posiciona cada equipo. También hay información que, por lo natural, puede ayudar, como los saques laterales, que, casi siempre, los realizan los defensas más pegados a las bandas.	Revisar los videos con relación a los últimos partidos de los equipos que se enfrentarán, ayudará a identificar las posiciones que ubican todos los jugadores en el campo de juego. Con ello, el narrador tendrá la oportunidad de identificar a cada futbolista.
5. ¿Recurriste a fuentes vivas o documentadas?	Vicente Cisneros	<p>Yo veo los videos de los partidos porque tengo que anotar la información. Anoto lo que voy viendo, tampoco es que apunte todo. No plasmo todas mis ideas, porque hay cosas que se quedan en la cabeza.</p> <p>Lo que más anoto son las distribuciones, el sistema de juego. Con los videos veo cómo se mueve el equipo, también busco los sistemas anteriores de los equipos. Si cambia el sistema del inicio, porque hay técnicos que cambian mucho el sistema. Hay entrenadores que</p>	Repasa los videos y en la transmisión utiliza una aplicación del celular. Ve los videos y analiza, con eso va haciendo los esquemas y ya lo tiene preparado. También lleva en hojas la tabla de posiciones y el	Utiliza fuentes documentadas. En el caso del experto, en un par de ocasiones usa su cuaderno donde hace las distribuciones, el parado táctico de los equipos. Por otro lado, también utiliza el celular para	La fuente documentada ayuda mucho para actualizar la información que cada profesional utiliza, al igual que las aplicaciones móviles especializadas en deportes. Asimismo,

		<p>cuestan más analizar, otros son más predecibles. Las variantes me ayudan a hacer mis comentarios para los partidos y los programas.</p> <p>Esas cosas me sirven. En qué partido utiliza línea de tres o cuatro en el fondo, quién lo hace. Entonces, el por qué lo hace lo tengo en la cabeza. Pero tengo que saber qué partido lo hace. Yo apunto eso, tampoco es que me llene de apuntes, al final no entenderás nada.</p>	<p>celular que es más para tiempo real.</p> <p>A veces hay partidos que son muy cerrados y no hay ocasiones claras de gol, entonces se tiene que ser justos con el tema de las estadísticas. Hay varias cosas que uno puede ir marcando, las estadísticas ayudan y está en el celular.</p>	<p>revisar la aplicación “Opta”, que brinda estadísticas, y para interactuar con el público a través del hashtag.</p>	<p>los videos también ayudan para identificar las cualidades que tienen los distintos equipos de una competencia.</p>
	Jean Dueñas	<p>Inicialmente, alrededor del 2016, la web de la Asociación Deportiva de Fútbol Profesional (ADFP) se mantenía actualizada; con tarjetas amarillas y rojas, partidos jugados, minutos, goles, estaba bien hecha. Entonces ya era un apoyo más. Ojo, nunca Wikipedia. También usaba “Soccerway”, página que medianamente ayuda con el tema de partidos, fechas y goles. Eso lo utilizaba hasta el 2018.</p> <p>Con el tema de la tecnología, que ha ido evolucionando y crecido tanto. Hoy en día hay aplicaciones como “Mis Marcadores” y “SofaScore”, esta última la utilizo habitualmente durante los partidos, donde te dice de todo: estadísticas en tiempo real, posesión de balón del equipo, remates directos o indirectos, faltas, tiro de esquina, offside. Entonces eso reduce el hecho de llevar un cerro de papeles.</p>	<p>Indicó que recurre a fuentes documentadas. En un momento supervisa la página oficial de la entidad organizadora del torneo, también páginas relacionadas a temas deportivos que brindan datos estadísticos de clubes o jugadores.</p>	<p>En el entrevistado utiliza fuentes documentadas. Para ser más preciso, páginas web deportivas que brindan datos de cada jugador, como: “Mis Marcadores” y “SofaScore”. También utilizaba la página “Soccerway”.</p>	<p>Las páginas estadísticas de deportes ayudan a interpretar los datos que manejan, para que después sean utilizados en la transmisión. A pesar de recurrir a fuentes documentadas, también es bueno consultar con personas muy ligadas a entidades deportivas para corroborar alguna información.</p>

		Con la experiencia que adquieres puedes tener un ojo en el partido y el otro ojo en la aplicación.			
	Rosa Muñoz	<p>Lo busco por mi cuenta. Es trabajo de cada uno. Creo que siempre hay esa libertad en todos los medios, dejar que el relator o periodista -en general- pueda coger información de donde mejor le parezca, mientras que hagas tu chamba muy bien, ellos no van a tener problemas.</p> <p>Obviamente parte de un interés personal, el buscar en webs locales o internacionales. Yo busco, obviamente, mis videos, casi siempre me apoyo en los videos de la Conmebol. Pero cuando no hay, tenemos que buscar hasta en medios digitales. Tal vez medios pequeños que han tenido la cobertura de un evento, eso puede ser una buena fuente de información. Esas imágenes son importantísimas, es algo que nace de uno mismo.</p>	Utiliza fuentes documentadas. Básicamente cuenta con la libertad de buscar la información por las distintas páginas webs que están relacionadas a los deportes. Claro está, que sean sitios confiables. En este caso, sobre el fútbol.	La analista precisó que recurre a la principal fuente del fútbol sudamericano, en las competencias internacionales, la página oficial de la Conmebol. En el caso del torneo local, busca distintos medios para encontrar videos de los distintos equipos del campeonato. Es decir, fuente documentada.	Dependiendo de cada deporte, es bueno revisar la página oficial de la actividad que se va a cubrir. Esa fuente documentada ayudará a encontrar videos, datos, estadísticas, entre otras cosas, para que sea plasmado en la cobertura. También es bueno informarse sobre el contexto de cada equipo/selección que se van a enfrentar.
6. ¿Realizaste alguna coordinación con el profesional que también cumplió tu función?	Vicente Cisneros	<p>Depende del relator, te hablo del tema de la interacción con el hashtag. Por ejemplo, al periodista X solo le gusta una vez por tiempo, tres o cuatro leídas como máximo. También depende de los partidos. En una final tengo que ver el partido para saber cómo interactuar con la gente.</p> <p>Eso también depende del público, porque hay gente que no le gusta escuchar al comentarista leer los comentarios. Reclaman, quieren escuchar más el comentario del profesional a que esté leyendo. En cambio, otro grupo de hinchas están esperando a que lean su</p>	Con el relator. Ahora interactúan más, se nota que la transmisión es un poco más espontánea. Donde es importante una conexión entre ambos, para que la transmisión sea más agradable. El comentarista lee más que el relator, porque él tiene que	Más que nada coordina con el encargado de la narración. Tal vez para indicar en qué momentos o cuántas veces tiene que leer los comentarios que el público escribe en las redes sociales, utilizando el hashtag que tiene cada encuentro.	El comentarista tiene que conversar, previamente al partido, con la persona que estará en los relatos, para que rompan el hielo y al momento de la transmisión se sienta la buena sintonía que tienen entre ambos. Además, coordinar en qué momentos puede



		comentario, opinión o saludo. Hay un público muy pegado a redes y otro que no. Hay que tener cuidado. Los partidos que son más chicos, tal vez no tan atractivos, con poca sintonía. En esos casos aprovecho para leer más las interacciones con la gente. Cuando yo veo que un partido no es tan interesante, pero la gente sí quiere saber, quiere ser escuchada, mencionada, con eso jalo público. Voy tratando de leer más opiniones.	estar más atento al juego, muy metido en el partido, no se le puede escapar una jugada. En cambio, si al comentarista se le perdió una jugada, ocasión de gol o un gol, tiene la repetición para comentarlo.		brindar su punto de vista.
	Jean Dueñas	Con el tema de las declaraciones, eso ha cambiado un poco. Pero particularmente es como lo describes. Ser reportero de cancha significa buscar al protagonista o protagonistas, tener la palabra del técnico es mucho mejor. También, si se puede, buscar al goleador, al que hizo dos goles, el que fue la figura, el que se fue expulsado y su equipo perdió, el que metió un autogol en el minuto noventa. Siempre buscar al protagonista, lógicamente, eso nace de cada reportero. Hay situaciones que son muy obvias. Si el equipo 1 goleó al equipo 2 y el jugador X metió cuatro goles, tengo que buscar a ese jugador. Antes de la pandemia había esa iniciativa o, de repente, ese escenario de poder salir y entrevistar a cualquiera. Hoy con la pandemia es mucho más complicado, solo hablamos (RPP y Ovación) con los técnicos. Es trabajo del reportero de cancha contarle a la gente de los que pasa, él es el que ve más cerca, él tiene que describir la jugada y lo que pasa en la cancha o en el estadio en general.	Con los profesionales que están a ras de campo. En el tema post partido, al momento de buscar las declaraciones de los principales protagonistas, hay una organización para saber a quién o quiénes se va a realizar la entrevista. También hay una previa coordinación con los comentaristas o relatores, para intervenir o brindar algún dato relevante en un momento indicado.	Con los colegas que también cumplen la función de reportero, para sacar algunas declaraciones a los futbolistas, cada uno intenta buscar al personaje que mejor le parezca. Cabe señalar que tener las palabras del entrenador también es importante.	Por el contexto en el que nos encargamos, coordinar con los encargados del evento para poder acceder a un futbolista o un integrante del cuerpo técnico de los equipos para poder recoger sus declaraciones.

	Rosa Muñoz	<p>Parte mucho por las personas que te toca compartir la transmisión.          Coordinar sobre el tema de la entonación. Algunos llegan al nivel alto de voz y entra el comentarista. En la misma secuencia yo le agrego como una pequeña frase para concluir que ya baja la tonalidad.          Entonces es una cuestión de estilos, de conocer bien a tu narrador, que tu narrador te conozca. Con los partidos vas conociendo a tu equipo. Es una cuestión de familiarizarte con las personas que te rodean en la transmisión, pero debe ser un trabajo muy equilibrado.          El narrador está para la chamba de las emociones, desde contarte lo que está pasando en el escenario. El narrador describe lo que está sucediendo, mientras que el comentarista detalla la jugada. Son funciones distintas y, por eso, el comentarista espera ese momento de emoción para entrar a explicar.</p>	<p>Realiza coordinación con la persona que va acompañarla en los relatos, en este caso el/la comentarista. El diálogo tiene que ser previo al encuentro para poder entablar una conexión y al momento de la transmisión la conversación pueda fluir. Además, tener en cuenta la entonación que tiene cada narrador, ello ayuda a identificar los momentos precisos para que el comentarista pueda entrar a dar su punto de vista sobre alguna jugada que sucede en el compromiso.</p>	<p>En este caso, coordina con las personas, también puede ser una sola persona, que comentarán el encuentro junto a ella. De esta manera identifican el estilo de la narradora y al finalizar su locución, el comentarista puede entrar a dar su punto de vista sobre el hecho que acaba de suceder en el partido. La idea es que no se interrumpan al momento de hablar.</p>	<p>Tener una previa conversación con el comentarista, hay ocasiones que son dos personas o más, para indicarle cuáles son los momentos claves y que pueda dar un comentario sobre la situación que ocurrió en el encuentro.</p>
7. En el contexto que se desarrolló el evento, ¿rescatas alguna ventaja o desventaja?	Vicente Cisneros	<p>El no estar presencialmente en el estadio (en televisión) ves el partido que quiere hacerte ver el director de cámaras o el director de transmisión. Dependen también cuántas cámaras tengas en un partido. A veces, por un tema económico, los partidos más chicos se hacen con pocas cámaras. Y los partidos de mayor magnitud, se llevan una mayor cantidad de cámaras.</p>	<p>Se le hace más difícil con los sistemas de juego. Hay tribunas en distintos estadios que no son muy altos, entonces las distribuciones de cámaras son más complicadas. Para</p>	<p>La principal desventaja es que cuando no está en el escenario no puede ver con claridad todas las jugadas, mientras que cuando sí va puede ver lo que su intuición le</p>	<p>No estar en el lugar de los hechos trae distintas desventajas; sin embargo, estando en el escenario también hay ocasiones en las que se pueden presentar un par de</p>

		<p>La otra es qué cosa te quiere mostrar. La televisión peruana tiene una manera de transmitir, frente a la europea. En la Champions es impecable, impresionante. Acá en Sudamérica es diferente.</p> <p>El concepto de lo que la gente quiere ver es muy importante. A mí me gusta ver las tomas mucho más abiertas, la toma panorámica. Acá se centran mucho en el balón y el jugador.</p>	<p>ver el panorama de juego, no se ven bien. Se centran mucho en la persona que tiene la pelota.</p> <p>En cambio, cuando el profesional va al estadio puede guiarse de su intuición, el monitor puede ayudar. Lo que se puede revisar en el monitor son las jugadas de gol o alguna jugada polémica.</p>	<p>indica. La ventaja es que cuando no va al estadio tiene la opción de ver en más de dos ocasiones las jugadas en el monitor, en el recinto deportivo es un poco más complicado, porque los monitores no son tan grandes.</p>	<p>inconvenientes. En el estadio se puede apreciar con claridad lo que sucede en el campo de juego, pero puede suceder que no te perca de una jugada, mientras que desde un set de televisión puede tener distintas repeticiones con la pantalla grande.</p>
	<p>Jean Dueñas</p>	<p>Desventaja, sin duda, el tema del lugar. No poder tener el mismo escenario y no estar en las mismas situaciones que estábamos antes. Pero con la ventaja hay un par de facilidades. Antes había la <i>matanza</i> (término periodístico para buscar declaraciones de los protagonistas). No había la diferencia entre medios que tienen los derechos y medios que no. Hoy, con la pandemia, solo vamos los medios con derechos, bajamos tranquilos a la cancha y nos turnamos con el colega para realizar las interrogantes.</p>	<p>Ambas. La desventaja con respecto a los protocolos que implementó la entidad organizadora del campeonato, debido al tema sanitario en el que estamos viviendo, ello no permite estar en la misma situación a la que estábamos acostumbrados. Por otro lado, la ventaja es que no hay muchos medios, solo</p>	<p>La desventaja es que, debido a la situación sanitaria en la que nos encontramos, no tiene la posibilidad de entrevistar a distintos futbolistas, tal vez a uno o, en el mejor de los casos, a dos. La ventaja es que no hay mucho alboroto para buscar entrevistas, es un poco más sencillo.</p>	<p>Con los protocolos que implementaron por la pandemia, ya no hay la necesidad de correr detrás de un personaje para poder rescatar sus declaraciones, ahora es un poco más ordenado y tranquilo. La desventaja puede ser que un medio no tenga los derechos de transmisión o un periodista no esté acreditado, ello imposibilita la opción de entrevistar a los</p>

			los que tienen derecho de transmisión, y eso ayuda a recoger información con comodidad.		protagonistas del hecho.
	Rosa Muñoz	<p>Es muy parejo. Antes decía que estar en el estadio es la gloria, estar ahí mismo debe ser espectacular. Porque tienes los detalles de lo que, normalmente, la gente no puede ver en pantalla. Ves las tribunas, alguna persona que llega, alguna persona que grita, los banquillos, ves cómo se desenvuelven cada una de las personas del comando técnico, los que calientan o no calientan, ahora se escucha clarísimo lo que le dicen los técnicos a los jugadores o viceversa.</p> <p>Ello es agradable porque te da más recursos para ir contando a lo largo de la transmisión. Ahora, en el set de televisión, con la tecnología ayuda mucho en cuanto a repeticiones. En los estadios también hay monitores para apoyarnos de eso, pero es difícil que lo veas en pleno partido. En cambio, en un set de televisión sí cuentas con tres o cuatro monitores en donde vas viendo desde todos los ángulos.</p> <p>Para la gente que sufre un poco de la vista puede ser un poco dificultoso, el hecho que la cancha esté lejana a la cabina de transmisión. Yo utilizo las gafas para transmitir. En una ocasión apelé a todos los recursos, desde chimpunes, modo de pararse, cabellos, contextura, altura, todo, para poder identificarlos.</p>	<p>Ambas. La ventaja que tienen es que ahora pueden escuchar claramente lo que dicen en la zona técnica de ambos equipos, cosa que antes de la pandemia era un poco imposible. También se ve todo lo que sucede en el campo de juego y alrededores. Por otro lado, una desventaja podría ser el tema de la hinchada, al no estar presentes, la sensación es diferente, el escenario transmite distintas cosas cuando hay público en las tribunas y cuando no hay ningún espectador. De alguna u otra manera, la hinchada</p>	<p>La desventaja es que no hay aforo habilitado para las tribunas en los partidos del torneo local, el público le da una sensación distinta a las transmisiones. Una ventaja es que, debido a que no hay gente en el estadio, se puede escuchar con claridad lo que dicen en las zonas técnicas, y ello sirve para transmitir o quedarse callado para que el público sepa lo que está sucediendo a ras de cancha.</p>	<p>Una cosa negativa es la ausencia de público, ya que ellos también influyen en el encuentro y la transmisión se convierte más interesante. Rescatando una ventaja, se oye lo que dicen los jugadores, directores técnicos y los integrantes del cuerpo técnico. A ello le sumamos la claridad para poder ver y contar lo que sucede, en el caso que el profesional se encuentre en el estadio.</p>

		Sin embargo, creo que todo narrador elige transmitir desde el estadio. Además, con público es un feeling distinto, saber que la gente está ahí, no solo queriendo escuchar, a la par viendo el partido, sino por cómo lo sientes, cómo va vibrando con las emociones.	también juega en la transmisión. Otra es que en el estadio no hay monitores grandes, ello dificulta un poco a las personas que son un poco cortas de vista.		
8. ¿Qué redes sociales utilizas para difundir información?	Vicente Cisneros	Eso es un tema que tengo que cambiar. Trato de ser una persona no tan pegada a redes sociales. Hoy el mundo actual me obliga porque estoy vigente en la profesión. Tenía el mismo contenido en redes. En Twitter tengo más fuerza (alrededor de 60 mil seguidores). Mi Facebook es personal, que fue invadido por simpatizantes. En Instagram tengo menos seguidores que en Twitter. Yo no soy de mostrar mucho mi vida privada. Lo utilizo para promocionar lo que hago, y lo hago de manera parecida. Una foto, qué partido me toca y punto. También comento los partidos que me interesan, de lo que hago y lo que veo, si comento Champions o la Selección. Me di cuenta que el público de Twitter quiere contenido de tus conocimientos, lo que opinas de algo, quieren saber. En Instagram es diferente, es más visual. La gente busca mucho su imagen. Yo no soy mucho de eso; sin embargo, puedo explotar las cosas que hago. Hace poco hice un Live en IG. Empezaré a mover mis redes de otra manera.	Antes utilizaba Twitter, Facebook e Instagram para publicar el mismo contenido. Es importante diferenciar el contenido entre las redes sociales en mención. Ahora solo está utilizando Twitter e Instagram para brindar algún tipo de información deportiva.	Utiliza con más continuidad Instagram y Twitter, a Facebook no le da tanto movimiento como lo hacía antes.	Actualmente, Facebook, Twitter e Instagram son las redes sociales que ayudan a emitir información relacionada a los deportes y otros temas.
	Jean Dueñas	Solo utilizo Twitter para brindar información. Desde mi punto de vista, yo creo que en Twitter está el periodista. Tal vez en Facebook o	El entrevistado indicó que solo utiliza la red social Twitter	Solo utiliza Twitter para informar, mientras que	Twitter es la red social más utilizada para brindar algún

		<p>Instagram está el amigo, el hijo, el sobrino, el primo, el chacotero, el enamorado o el novio. Hoy en día hay periodistas que postean información en historias o fotos, no digo que esté mal, es algo que se debe valorar y rescatar.</p> <p>Vamos a informar en Twitter. Instagram también se ha vuelto un medio tan poderoso, las historias y los reels permiten que los medios se puedan acercar a su público objetivo y, sobre todo, a los periodistas.</p>	<p>para brindar información. Tal vez las otras redes pueden estar más enfocadas al tema personal de cada usuario. Sin embargo, no descarta que las otras redes pueden ayudar a informar.</p>	<p>Instagram lo usa para uso personal. Hace bastante tiempo que no publica nada en Facebook.</p>	<p>tipo de información, sobre cualquier tema. Facebook e Instagram también sirven para esa finalidad.</p>
	<p>Rosa Muñoz</p>	<p>Más utilizo Twitter para brindar información. Últimamente estuve un poco apagada en redes. Ahora, trabajando completamente, me es necesario.</p> <p>También voy a empezar a informar un poco más por ahí, la gente lo merece. Ahora que estoy retomando polideportivos, hay cosas que ni siquiera sabemos, el compartir esa información es válido.</p> <p>El Twitter es una cosa espectacular. Me gusta más, por ahí que interactúo mejor con la gente. También hay de todo, la red más tóxica, te tildan desde la A hasta la Z con mucha libertad y facilidad, pero cada uno le da la debida importancia.</p> <p>Instagram es más para fotitos, no público cosas de mi familia, solamente cosas de mi trabajo, por ahí mi día a día trato de compartirlo. Espero crecer más con la interacción, porque me he quedado un poco en eso. Creo que para lo que he venido construyendo, hasta el momento, tendría que manejar un poco mis redes, un poco más notoria.</p>	<p>Para brindar algún tipo de información sobre cualquier deporte, opinión o intercambiar ideas, definitivamente Twitter. Utiliza las historias de Instagram para enseñar las cosas que va realizando en su día a día.</p>	<p>Utiliza Twitter para brindar su punto de vista sobre algún tema que considere importante. Instagram lo usa para compartir, en un par de ocasiones, lo que realiza en el transcurrir del día.</p>	<p>Con respecto a la información, Twitter es la preferida por los expertos para brindar la información de un caso y tener una interacción más directa con los usuarios. Facebook e Instagram, en algunos casos, pueden ser llevados por el tema personal de cada usuario.</p>

9. ¿Acompañas la información de alguna herramienta multimedia?	Vicente Cisneros	Eso voy hacer, priorizar las características de cada red social. Tratar de utilizar esas variantes. Aprovechar los momentos para hacer en vivo desde el estadio y, tal vez, después del partido. Empezaré a utilizar el tema visual (Video o fotografía) en IG, mientras que en Twitter el texto.	El tema audiovisual (imagen y video) en Instagram, para que la gente pueda tener más interacción con el experto. En Twitter no necesito ello, básicamente el texto o compartir las publicaciones cuando lo etiquetan en una información.	En Twitter utiliza el texto, lo que predomina en esa red social, mientras que en el Instagram un poco más del tema visual (Imagen o video).	Utiliza la esencia de cada red social; en Twitter el texto, mientras que en Instagram la fotografía o el video.
	Jean Dueñas	Básicamente el texto. A mí me gustaba Twitter antes de que tuviera la actualización de más caracteres. Porque le pone una tarea linda al periodista de simplificar la información. Yo creo que el periodista debe ser breve, conciso y verás. Menos es más. Antes los caracteres eran muy cortos. A veces tenía información que de repente tenía que desarrollar bien, pero con el tema de los caracteres, en mi cabeza iba maquinando cómo podía hacer para que alcance todo en un solo tweet. Era un reto lindo.	Utiliza mucho el texto. Considera que la característica principal de la red social que más utiliza es el texto. Por el hecho que la cantidad de caracteres ayuda a simplificar la información.	El texto es la herramienta multimedia que más utiliza, intenta ser muy preciso y claro al momento de redactar.	Básicamente utiliza la característica de su red social (Twitter) más frecuente, en este caso, el texto.
	Rosa Muñoz	Dependiendo de la red social. Por ejemplo, casi siempre cuando termino un evento o transmisión, me gusta subirlo para que la gente sepa que estuve ahí. Hace poco tuve una animación de una Clínica de Fútbol Femenino, tomé una foto al final para marcar presencia y eso sirve como un Curriculum Vitae (CV). Porque si una persona está interesada en contratarte, entra a tu red social (seguro Instagram) por los antecedentes que uno hace,	En Twitter básicamente el texto, es lo primordial de esa red social. Por su parte, en Instagram resalta más el tema visual, la fotografía y también puede ser un video. Ello puede	En Instagram usa mucho las fotografías y los videos, en ocasiones también publica en sus historias, acompañada de esas herramientas. En la red social Twitter usa el texto,	En la única red (Twitter) que brinda información de carácter social utiliza el texto. Aunque, en algunos casos también utiliza las otras herramientas multimedia (fotografía o video).

		<p>visualmente la gente se convence más y puede ver qué hizo. Eso sirve de una manera de respaldar el trabajo. Más que nada lo uso después de acabar eventos o para anunciar algún partido que voy a transmitir. Historias en Instagram sobre lo que hago, trato de darle movimiento.</p>	<p>servir como un respaldo al trabajo que cada profesional viene realizando en distintos sectores.</p>	<p>en algunos casos también usa el vídeo y la imagen.</p>	
--	--	---	--	---	--



## Anexo 4. Validación de expertos



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Título/nombre de instrumento: La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021 / Guía de entrevista

N°	CATEGORÍA: Cobertura periodística SUBCATEGORÍA 3: Etapas	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M	D	A	MA	M	D	A	MA	M	D	A	MA	
1	¿Qué función realizaste en la cobertura? ( <b>Producir</b> )				X									
2	¿Qué características consideras que un periodista debe poseer para cumplir esa función? ( <b>Producir</b> )				X									
3	¿Cómo preparaste la información que utilizaste? ( <b>Organizar</b> )				X									
4	¿Qué información consideras que no debe faltar? ( <b>Organizar</b> )				X									
5	¿Recurríste a fuentes vivas o documentadas? ( <b>Organizar</b> )				X									
6	¿Realizaste alguna coordinación con el profesional que también cumplió tu función? ( <b>Organizar</b> )				X									
7	En el contexto que se desarrolló el evento, ¿rescatas alguna ventaja o alguna desventaja? ( <b>Distribuir</b> )				X									
8	¿Qué redes sociales utilizas para difundir información? ( <b>Distribuir</b> )				X									
9	¿Acompañas la información de alguna herramienta multimedia? ( <b>Distribuir</b> )				X									

MD: Muy Deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy Aplicable



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ x ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador: **Sánchez Vega Carmen Carolina DNI: 42726950**

Especialidad del validador: **Periodismo**

Fecha: 27/09/2021

-----  
**Firma del Experto Informante**  
**Especialidad**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021

### VEREDICTO FINAL DEL EXPERTO

#### I. DATOS GENERALES

Nombre: Carmen Carolina Sánchez Vega

Especialidad: Periodismo

Fecha: 27/09/21

NOMBRE DEL INSTRUMENTO VALIDADO: Ficha de análisis y Guía de entrevista

#### II. OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS EN CUANTO A:

1. FORMA:

Conforme

2. CONTENIDO:

Conforme

3. ESTRUCTURA:

Conforme

#### III. APORTES Y/O SUGERENCIAS:

.....  
.....

Luego, de revisado el documento, procede a su aprobación.

SI

NÓ

.....  
Firma del Experto Informante.

Especialidad



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

Título/nombre de instrumento: La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021 / Guía de entrevista

N°	CATEGORÍA: Cobertura periodística SUBCATEGORÍA 3: Etapas	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
1	¿Qué función realizaste en la cobertura? <b>(Producir)</b>			X				X				X		
2	¿Qué características consideras que un periodista debe poseer para cumplir esa función? <b>(Producir)</b>			X				X				X		
3	¿Cómo preparaste la información que utilizaste? <b>(Organizar)</b>			X				X				X		
4	¿Qué información consideras que no debe faltar? <b>(Organizar)</b>			X				X				X		
5	¿Recurriste a fuentes vivas o documentadas? <b>(Organizar)</b>			X				X				X		
6	¿Realizaste alguna coordinación con el profesional que también cumplió tu función? <b>(Organizar)</b>			X				X				X		
7	En el contexto que se desarrolló el evento, ¿rescatas alguna ventaja o alguna desventaja? <b>(Distribuir)</b>			X				X				X		
8	¿Qué redes sociales utilizas para difundir información? <b>(Distribuir)</b>			X				X				X		
9	¿Acompañas la información de alguna herramienta multimedia? <b>(Distribuir)</b>			X				X				X		

**MD:** Muy Deficiente

**D:** Deficiente

**A:** Aplicable

**MA:** Muy Aplicable



Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ x ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador: **Oliveros Margall, Enrique . DNI: 10314215**

Especialidad del validador: **Comunicador social**

**Fecha: 30 / 09 /2021**

-----  
**Mgtr. Enrique Oliveros Margall**  
**Comunicador Social**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021

### VEREDICTO FINAL DEL EXPERTO

#### IV. DATOS GENERALES

Nombre: Mgtr. Enrique Oliveros Margall

Especialidad: Comunicador Social

Fecha: 30/09/21

NOMBRE DEL INSTRUMENTO VALIDADO: Ficha de análisis y Guía de entrevista

#### V. OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS EN CUANTO A:

1. FORMA:  
Correcta
2. CONTENIDO:  
Correcto
3. ESTRUCTURA:  
Correcta

#### VI. APORTES Y/O SUGERENCIAS:

Ninguna

Luego, de revisado el documento, procede a su aprobación.

SI

NO

Mgtr. Enrique Oliveros Margall

Comunicador Social



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

Título/nombre de instrumento: La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021 / Guía de entrevista

N°	CATEGORÍA: Cobertura periodística SUBCATEGORÍA 3: Etapas	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
		M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	
1	¿Qué función realizaste en la cobertura? ( <b>Producir</b> )			X				X				X		
2	¿Qué características consideras que un periodista debe poseer para cumplir esa función? ( <b>Producir</b> )			X				X				X		
3	¿Cómo preparaste la información que utilizaste? ( <b>Organizar</b> )			X				X				X		
4	¿Qué información consideras que no debe faltar? ( <b>Organizar</b> )			X				X				X		
5	¿Recurriste a fuentes vivas o documentadas? ( <b>Organizar</b> )			X				X				X		
6	¿Realizaste alguna coordinación con el profesional que también cumplió tu función? ( <b>Organizar</b> )			X				X				X		
7	En el contexto que se desarrolló el evento, ¿rescatas alguna ventaja o alguna desventaja? ( <b>Distribuir</b> )			X				X				X		
8	¿Qué redes sociales utilizas para difundir información? ( <b>Distribuir</b> )			X				X				X		
9	¿Acompañas la información de alguna herramienta multimedia? ( <b>Distribuir</b> )			X				X				X		

**MD:** Muy Deficiente

**D:** Deficiente

**A:** Aplicable

**MA:** Muy Aplicable



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable [ x ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador..... DNI: 18149021

Especialidad del validador: **Mg. Kilver Fasanando Lescano**

Fecha: 04/ 10 /2021

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
-----  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La cobertura periodística de GÓLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021

### VEREDICTO FINAL DEL EXPERTO

#### VII. DATOS GENERALES

Nombre: Mg. Kíver Fasanando Lescano

Especialidad: Periodismo

Fecha: 04/10/21

NOMBRE DEL INSTRUMENTO VALIDADO: Ficha de análisis y Guía de entrevista

#### VIII. OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS EN CUANTO A:

1. FORMA:

.....  
.....  
.....

2. CONTENIDO:

.....  
.....  
.....

3. ESTRUCTURA:

.....  
.....  
.....

#### IX. APORTES Y/O SUGERENCIAS:

Ninguna

Luego, de revisado el documento, procede a su aprobación.

SI

NO

  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad

## Anexo 5. Captura de pantalla del Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome  
ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=1717377444&s=1&u=1088032488&lang=es

feedback studio Luis Antonio Lévano Zeta | La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
La cobertura periodística de GOLPERU en sus redes sociales en la final de la Liga 1 Movistar, Lima, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**  
Lévano Zeta, Luis Antonio (ORCID: 0009-0002-1737-281X)

**ASESORES:**  
Mg. Gámez Díaz, Rubén Luis (ORCID: 0006-0301-4703-2475)  
Mg. Patricia Revérendo, Mariela Trasca (ORCID: 0004-0001-4071-2154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA-PERU**  
2021

Página: 1 de 28 Número de palabras: 8767 Versión solo texto del informe | Alta resolución Activado

**Resumen de coincidencias**

**5 %**

Se están viendo fuentes estándar  
Ver Fuentes en inglés (Beta)

**Coincidencias**

Número	Fuente	Porcentaje
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
2	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
3	elcomercio.pe Fuente de Internet	<1 %
4	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
5	repositorioacademico... Fuente de Internet	<1 %
6	repositorio.us.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
8	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
9	www.thebfr.com Fuente de Internet	<1 %

Windows taskbar: Escribe aquí para buscar, 24°C, 14:52 7/12/2021