



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Portadas de diarios deportivos y comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao-Cercado, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA:

Zuloeta Palacios, Alexandra Desire ([ORCID: 0000-0002-9116-083X](https://orcid.org/0000-0002-9116-083X))

ASESOR:

Dr. Ramos Palacios, Wilder Fabio ([ORCID: 0000-0002-3730-1638](https://orcid.org/0000-0002-3730-1638))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada principalmente a Dios y a mi madre Rocio ya que es mi apoyo incondicional en esta etapa de mi carrera profesional.

Agradecimiento

Quiero agradecer a nuestro docente y asesor por este trabajo de investigación que es fruto de mucho esfuerzo y perseverancia.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	10
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	10
2.2 Variables y operacionalización de variables:.....	10
2.3 Población, muestra y muestreo.....	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
III. RESULTADOS.....	19
IV. DISCUSIÓN.....	32
V. CONCLUSIONES.....	36
VI. RECOMENDACIONES.....	37
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS:.....	42

Índice de tablas

Pág.

Tabla 1. Operacionalización de variable Portadas de diarios deportivos	15
Tabla 2. Operacionalización de la variable Comportamiento social	16
Tabla 3. Población	17
Tabla 4. Muestra	18
Tabla 5. Portadas de diarios deportivos	19
Tabla 6. Comportamiento social	20
Tabla 7. Alfa de Cronbach	20
Tabla 8. Variable Portadas de diarios deportivos	22
Tabla 9. Variable Comportamiento social	23
Tabla 10. Titulares	24
Tabla 11. Fotografías	25
Tabla 12. Textos	26
Tabla 13. Comunicación	27
Tabla 14. Agresividad	28
Tabla 15. Empatía	29
Tabla 16. Hipótesis general	30
Tabla 17. Hipótesis específica	31

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Portadas de diarios deportivos	22
Figura 2. Comportamiento social	23
Figura 3. Titulares	24
Figura 4. Fotografías	25
Figura 5. Texto	26
Figura 6. Comunicación	27
Figura 7. Agresividad	28
Figura 8. Empatía	29

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019. La población de este estudio fueron los jóvenes de 20 a 29 años de edad del distrito de Callao Cercado. La muestra del estudio estuvo conformada por 381 jóvenes.

El instrumento utilizado fue el cuestionario y estuvo compuesto por 18 preguntas en medición de escala de Likert, luego de ello estos resultados fueron procesados, analizados mediante el programa de estadístico SPSS, a través de ellos se logró medir el nivel de confiabilidad de las preguntas mediante el Alfa de Cronbach.

Los resultados obtenidos fueron significativos ya que existe una relación entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social de los jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao- Cercado, 2019. De tal manera que se demostró que efectivamente hay relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en jóvenes, debido que entre ambas variables hay una correlación positiva moderada.

Palabras clave: Portadas de diarios deportivos, comportamiento social y periódicos.

Abstract

The main objective of this research work is to determine a significant relationship between the covers of sports newspapers and social behavior in young people between the ages of 20 and 29 in the district of Callao Cercado, 2019. The population of this study were the young people between 20 and 29 years of age from the Callao Cercado district. The study sample consisted of 381 young people.

The instrument used was the questionnaire and was composed of 18 questions in Likert scale measurement, after that these results were processed, analyzed through the SPSS statistical program, through them it was possible to measure the level of reliability of the questions by Cronbach's Alpha.

The results obtained were significant since there is a relationship between the covers of sports newspapers and the social behavior of young people between the ages of 20 and 29 in the Callao-Cercado district, 2019. In such a way that it was shown that there is indeed a significant relationship between the covers of sports newspapers and social behavior in young people, due to the fact that there is a moderate positive correlation between both variables.

Keywords: Sports newspaper covers, social behavior and newspapers.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las comunicaciones permiten estudiar la evolución y desarrollo de las diversas herramientas comunicativas que se generan en un mundo confuso y contradictorio.

Estas transformaciones producidas en los últimos años, afectan a la sociedad, a la prensa y por ende al periodismo deportivo en el Perú. La situación cambia en función del tipo de público que accede a los contenidos, ya que cada persona asume de diferente manera los mensajes periodísticos.

La prensa deportiva se remonta en el siglo XIX y luego se replicaron por toda Europa. Alcoba (1999:60). Al nacer, la prensa deportiva tuvo privilegio las funciones educar de informar. Altabella (1988) afirma que 'Sportman' fue el primer diario deportivo del que se tienen noticias; se publicó en Londres en 1852.

A nivel local, el investigador del fútbol peruano Alberto Cajas señaló que: la primera publicación relacionada al fútbol en el Perú, se realizó el 3 de agosto de 1892, al cubrir un enfrentamiento ante un equipo limeño y uno del Callao. Los diarios '*El Nacional*' y '*El Callao*' publicaron notas informativas referentes a este evento. En mayo de 1912, el diario '*La Prensa*' lanza la primera publicación de una columna de deportes llamada '*Notas Sportivas*' y abarcaba el tema.

Los diarios deportivos han aumentado su cantidad de lectores. En la actualidad, tres diarios deportivos han alcanzado tener mayor relevancia a nivel nacional y la fidelización que lograron con sus lectores se debe al estilo de sus portadas. La página principal de un diario presenta la información puntual, es un elemento resaltante debido a que es el rostro del medio de comunicación. Por otro lado, no solo es importante en el ámbito comercial, muchas veces generan afinidad con sus lectores. De esta manera, cada cubierta publicada genera una conducta distinta en cada persona.

El comportamiento social puede variar constantemente dependiendo de las situaciones y de las distintas personalidades que puedan desarrollar. Generalmente en su círculo social o dependiendo de los patrones de conductas que ha desarrollado en su entorno; esto puede verse reflejado en el ámbito deportivo.

El hincha peruano es muy pasional, se identifica mucho con el equipo de su preferencia sea la selección peruana, un equipo local o internacional. Es por ello que, al ver una noticia en

la portada de un periódico positiva o negativa, desarrolla diversos comportamientos sociales en su entorno; este factor genera que la persona pueda variar en distintos aspectos y situaciones. Es por ello que, Comercio (2004), sostiene que la portada de diario siempre tiene que llamar la atención con lo mejor de todas las secciones.

Por esa razón, el presente estudio busca dar respuesta a la siguiente problemática, ¿Cuál es la relación entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de las edades de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019?

La justificación de la investigación consiste determinar la relación que tiene las portadas de los periódicos deportivos en los jóvenes, y de esta manera tener en cuenta a los futuros periodistas deportivos tomen en cuenta el fuerte impacto pueden causar en el comportamiento social de los jóvenes al leer sus notas en un diario deportivo, ya que en estos últimos años se ve mucha violencia entre los fanáticos, y por ende puede repercutir en la sociedad que los rodea, llevando consigo el mal ejemplo que va impartiendo a la comunidad, y de tal manera con esto lograr e ir erradicando las malas conductas en el deporte y generar.

El objetivo general de la investigación consiste en: determinar la relación entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento. En efecto, los objetivos específicos son los siguientes: determinar la relación entre los titulares, las fotografías y los textos de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes. Así mismo, la hipótesis general de la investigación se tiene la hipótesis de investigación, la cual quiere verificar si existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes y la hipótesis nula para saber si no existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes. La hipótesis específica de la investigación consiste en verificar si existe una relación significativa entre los titulares, imágenes y textos y el comportamiento social y la hipótesis nula es saber si no existe una relación significativa entre ellos.

Al realizar la presente investigación se encontró trabajos similares que permitieron un mejor desarrollo del tema.

El estudio de la prensa cuenta con antecedentes de nivel nacional e internacional, Marrone (2009), sostuvo que es importante la primera página en las ventas de un periódico, ya que muchos lectores compran el diario en función a la portada. La primera plana llama la

atención del lector e indica que con el paso de los años el término ‘portada’ se utilizó de manera masiva por todo el mundo al referirse a la primera página.

La cara de este medio es representada por la página principal; es de alto interés elaborarla, debido a que para los editores es determinante para las ventas (Peñarrieta, Rodríguez, Ramos, 2012).

Murray (2018), examina los medios deportivos norteamericanos e indica que los medios impactan a la sociedad a través de sus representaciones y presentaciones debido a que son capaces de llegar a las masas.

Algunos titulares son subjetivos y lo que generan es llamar la atención de los lectores al presentar signos de interrogación y/o exclamación, resaltando ciertas expresiones en base a supuestos o sugerencias. Pese a que en algunos países existe prensa amarillista, una de las formas que tienen algunos medios de comunicación para llamar la atención, es colocando titulares y/o imágenes polémicas. Se sabe que cada diario tiene un público objetivo, con un estilo de contenido distinto y probablemente el tipo de publicación variará en base nivel cultural de la persona.

El lenguaje deportivo representa un espectáculo idiomático donde se crean nuevas palabras. El mejor ejemplo es la jerga futbolística y por ello el deporte ha cambiado con el transcurso de los años en un fenómeno social de gran alcance (Suarez, Balca & Costa, 2018). Dicho lenguaje se muestra con mayor notoriedad en los estilos de narración de algún evento deportivo.

La prensa deportiva establece una relación de proximidad entre interlocutores, un saber que tiene como consecuencia un estilo informal-coloquial, conversacional, opinativo, polémico y queda muy lejos de la formalidad de otro tipo de periodismo. (Guerrero, 2017).

Como complemento, García (2016), señala que la infografía y la fotografía se han vuelto elementos imprescindibles debido a que los medios apuestan tanto en la versión digital como en la física. Los diarios, están apostando decididamente por la inclusión de contenido didáctico en la primera página ante el temor de perder presencia en el mundo comunicativo.

Dancourt (2018), estudia las portadas del diario Líbero y sostiene la forma lingüística del mensaje a través que se quiere mostrar a través de las primeras planas, teniendo en cuenta

los titulares, fotografías e ilustraciones en un sentido denotativo y connotativo. En ella se estudió 61 portadas de dicho diario, en un mes y su propósito es saber cómo se comportan los diarios que se dedican al deporte, de esta manera ver la realidad que transmiten diariamente.

Los titulares de la portada de los diarios, tienen la función de ser estructuras comunicativas, por lo que en ellas se implementan una serie de elementos que se conectan entre sí induciendo a la compra de los diarios. (Pedreros, 2018)

Cada elemento de la portada tiene el poder de persuadir en el lector. Es por ello que el mínimo detalle influye en su desarrollo, desde la foto y nota principal hasta el sumario de noticias destacadas del día. La calidad de información que transmita cada medio de comunicación se verá reflejada en dicha cubierta.

Las cubiertas buscan la manera de captar la atención de todos los lectores potenciales. De esta manera, los editores y directores de todos los diarios prestan mucha atención al diseño de cada portada. Al igual que las imágenes y el contenido audiovisual que se muestra en televisión, las portadas también influyen a los lectores de manera positiva y/o negativa. (Wasike, 2018).

Cada diario más allá de informar, lo que buscan es inducir al lector a la compra de este mismo con un contenido atractivo. En algunos países, lamentablemente, la información es manipulada, la objetividad se pierde, se privan de una información veraz y adicional a ello alteran el comportamiento del lector.

Sola (2014), señala que el tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo Deportivo y Sport, señala que el principal compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad. El periodista debe salvaguardar siempre el principio de la libertad de investigación y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica.

Los medios de comunicación de este tipo son utilizados para realizar experimentos sociales y así adormecer a los lectores con el propósito de insertarle ideas. El conocimiento de cualquier práctica deportiva puede resaltar a favor si se analiza de manera detallada cada elemento que lo integra (Marta-Lazo, Peñalva, 2014)

Las ciencias sociales deportivas en América se han dedicado a ser un objeto de investigación con el fin de formar diversas similitudes socioculturales dentro del espectáculo futbolístico. (Preciado, 2017), los medios de comunicación incluyendo los diarios deportivos buscan fidelizar y crear un vínculo con las disciplinas deportivas.

Imán (2019), sostiene que la importancia de desarrollar las habilidades sociales, orienta la conducta o comportamiento a lo largo de la vida del individuo en todo aspecto, incluyendo en el ámbito deportivo. El estímulo de dichas habilidades, dejará de aumentar la cifra de adolescentes que requieren de ayuda psicológica por falta de desarrollo, generando conflictos familiares y sociales.

Las teorías obtenidas son relacionadas con el tema. Rodríguez (2017), añade que la teoría de la *agenda setting* estudia cómo los medios tienen influencia en las masas a través de temas de mayor importancia. El medio no elige la opinión o el pensar de los hechos, pero si influye en las cosas que estarán en la opinión pública. Es por ello que se le llama agenda al conjunto de contenidos.

Al ser la portada la página principal de un diario, su objetivo de este medio de comunicación; es poner mayor énfasis en la elaboración, porque es determinante respecto a las ventas, esto puede variar dependiendo la información que se brinde previamente.

Verón (1969), sostiene que el periódico cuenta con tres series: la primera es la serie visual lingüística que son los titulares, la segunda es la serie visual para lingüística, que hace referencia a los Textos y serie visual no lingüística que son las ilustraciones, dichos elementos se distribuyen de manera estratégica en la primera página que es la portada, dependiendo la importancia. Adicional a ello Abdollahi-Guilani (2017), define que existe una gran cantidad de eventos que se pueden convertir en noticias de interés periodístico.

Giraldo, Naranjo, Tovar y Córdoba (2008), manifiestan que la teoría estructural funcionalista de Lasswell es influida por los medios masivos, la presión de grupo, la eficiencia del mensaje por medio de la comunicación o la persuasión. Con ello hace referencia que el rol que cumplen es fundamental, es por ello que los líderes de opinión cuentan con mayor relevancia, y establecen la impresión que tenemos de todo aquello que nos rodea.

La primera pieza de la portada, es 'El titular', López (2009), menciona que es la materia que domina la información y tiene como objetivo generar interés en las personas. Para ello debe

ser conciso, veraz y que sean sugerentes. Los componentes del titular se basan principalmente en el comienzo de un texto informativo, si se trata de una noticia. Algunos diarios adoptan el estilo sensacionalista, Rodríguez (2016), señala que la aparición del sensacionalismo en la prensa española fue a finales del siglo XIX.

López (2009), encasilla el contenido de los titulares debido a que pueden ser subjetivos y objetivos, adicional a ello cuentan con la característica de ser neutrales con la información brindada ya que no favorecen a terceras personas.

Por otro lado, los titulares subjetivos se enfocan en generar mayor interés de los lectores al presentar signos de interrogación y/o exclamación por lo que resaltan ciertas expresiones en base a supuestos o sugerencias. Sin embargo, Kuiken, Schuth, Spitters, Marx (2017), mencionan que la simplificación, la negatividad y el contenido provocador son características que a menudo utilizan dichos titulares.

Botero (2012), sostiene que la teoría del conductismo o de los efectos limitados plantea las problemáticas sociales, y de esta manera genera un espacio a la psicología experimental y a la sociología. Cambia dependiendo el concepto del público, entendiéndolo como un grupo de personas no tan pasivas sino por el contrario, con una influencia limitada para persuadir su realidad. Es decir, el público lector deja de ser visto como 'personas que no tiene criterio' y se convierten en grupos sociales capaces de elegir lo que quieren leer, en qué momento y circunstancia.

En este contexto aparece la importancia del entorno frente a la información, debido a que tanto el emisor como el receptor mantienen un vínculo en común; por el que transmiten la información y también puede transformarse. Es bien sabido que no todas las personas asumen cualquier tipo de información de la misma manera, ya que la consecuencia que produce depende del nivel cultural, medio social, político y económico.

Un claro ejemplo es el racismo que existe en el deporte y para ello El Mincul (2016), realizó un informe a cargo del periodista Gonzalo Silva que expone en descubierto diversas situaciones racistas en la prensa entre el 2013-2015, adicional a ello obtiene testimonios de las mismas personas involucradas. González y Miménez (2012). Enfoca la forma en la cual repercutió en la prensa deportiva, el episodio de discriminación por raza en el jugador brasileño Tinga en un encuentro futbolístico.

Los medios de comunicación tienen como cómplices a distintos receptores. Pahuacho (2017), indica que, al finalizar la década, el libro 'Ese Gol' permite meternos al origen del periodismo deportivo peruano mediante sus propios protagonistas.

Como bien se sabe, los medios de comunicación pueden generar diversas emociones y comportamientos en las personas, de acuerdo a lo que se muestre. Los jóvenes ante un suceso que observen en un diario deportivo hacia una noticia de su interés pueden generar cambios de humor y esto conlleva a que se exprese de diversas formas ante la sociedad que le rodea.

Botero (2012), también hace referencia la teoría de los dos pasos creada por Paul Lazarsfeld y Elihu Katz, establece características de cada persona que pueden ser compartidas en un grupo social determinado, es por ello que a su vez, adoptan una conducta parecida mediante los mensajes que emiten por los medios. Con esto expresa que dependiendo de la información que se brinde a la audiencia, repercute en la actitud ante ella, por el cual busca explicar porque se genera dicha reacción, ya que los medios de comunicación tienen la información que será transmitida por los líderes de opinión y el público lo recibe de acuerdo a la manera que dichos líderes lo transmiten.

La información que se brinde a la audiencia, repercute en la actitud ante ella, por el cual busca explicar porque se genera dicha reacción, ya que los medios de comunicación cuentan con la información que los periodistas informaran.

En ello cuenta la experiencia que tuvieron en diferentes medios deportivos durante el siglo XX, la televisión, radio y prensa escrita. Los testimonios escritos son valiosos para los próximos talentos en el periodismo deportivo, debido a que amplía el panorama para conocer algunas dificultades que adolece esta profesión.

Según Valencia (2010), indica cómo se comportan los seres vivos y hace referencia a las acciones de las personas ante su entorno o con ciertos estímulos, respetando una cantidad de reglas ante su comunidad o de la sociedad. Una de las reacciones más comunes de la década es el morbo. Wasike (2017), dice que las mujeres que aparecían en las portadas, en su mayoría eran más propensas a ser retratadas de manera sexual, en términos de exposición de la piel.

En los jóvenes el comportamiento social puede cambiar de manera constante dependiendo de diversas situaciones que se puedan desarrollar en el camino, tanto en su círculo social o

dependiendo los patrones de conductas que ha desarrollado en su entorno; esto puede reflejarse en el ámbito deportivo haciendo referencia a un equipo de su preferencia.

Por ello, puede tener tanta repercusión al ver una portada de periódico, ya que el individuo puede adaptarse al grupo social de su entorno y puede variar en su comportamiento.

La interacción entre personas en el transcurso de su vida, es de acuerdo a su entorno, tienen la potestad de poder cambiarlo, mejorarlo o lo contrario a ello (Galarsi, Medina, Ledezma y Zanin, 2011, p.99).

Ardilla (2013), estudia la teoría del conductismo hace referencia que el comportamiento puede cambiar dependiendo si se adaptan o no las personas. Esto quiere decir que es un estímulo de respuesta que puede tener cada persona al interactuar ante la sociedad, es por ello que las personas al visualizar una portada deportiva del diario de su preferencia con contenido de su interés, va repercutir en su comportamiento ante su entorno o comunidad.

Los medios de comunicación contribuyen que la sociedad genere diversos estímulos, los cuales desarrollan en su día; uno de ellos es la empatía. Así mismo, Richaud (2014), define que son habilidades que nos ayudan a comprender y reconocer los estados mentales, por lo que de esta manera pueden actuar adecuadamente ante ellos en diferentes situaciones.

Para complementar, la teoría de la mente y empatía según Gordo (2016), indica que: están relacionados uno con el otro, ya que ambos hacen referencia a las habilidades cognitivas y emocionales. Esto nos dice que las personas pueden brindar el apoyo necesario ante diversas situaciones que se presenten.

En el mundo deportivo se desarrollan diversos comportamientos ante situaciones que se puedan llevar a cabo, al reflejar una noticia en un periódico deportivo la actitud cambia de un momento a otro sea positiva o negativa, y esto repercute en el comportamiento del individuo.

Pérez (2016), en la teoría de la psicología dialéctico - genética por Vygotsky, sostiene que es un proceso que da como resultado la interacción y desarrollo de las personas con el medio sociocultural. Esto permite que interactúen y puedan expresarse con la sociedad. Álvarez, Call y Lomas (2014), señalan un método de tratamiento de conducta donde resaltan la prioridad de la validez social para conducir un análisis funcional.

Como bien se sabe, los medios de comunicación pueden generar diversas emociones y comportamientos en las personas de acuerdo a lo que muestren en ellas. Los jóvenes ante un suceso que pueda observar en un diario deportivo hacia una noticia de su interés pueden generar cambios de humor y esto conlleva a que se exprese de diversas formas ante la sociedad que le rodea.

Adicional a ello, Bolsoni-Silva y Regina (2014), indican que muchas veces se genera discordia y producto de ello se presentan actitudes agresivas, Calegaro, Bolson, Freitas, Barcellos, Garziera Chitolina (2014), señalan que la agresión hacia el resto o hacia uno mismo, es la razón fundamental por la cual las personas con problemas mentales son llevadas a los servicios de urgencias psiquiátricas.

En los jóvenes, el comportamiento social puede cambiar de manera constante dependiendo de diversas situaciones que se puedan desarrollar en el camino, tanto en su círculo social o dependiendo los patrones de conductas que ha desarrollado en su entorno; esto puede reflejarse en el ámbito deportivo haciendo referencia a un equipo de su preferencia.

Reyna y Brussino (2015), considera que los varones presentan mayores problemas de conducta que las mujeres. De la misma manera, se hipotetiza un efecto mayor de interacción.

Zavala, Valdez y Vargas (2015), mencionan que el desarrollo personal y social es un periodo complicado en la adolescencia. En la juventud se enfrenta situaciones en la vida cotidiana en la que su inteligencia emocional como sus habilidades sociales están en juego.

Un comportamiento negativo muchas veces se da en los estadios y Preciado (2017), añade que la violencia en el fútbol es un problema de desarrollo social, comunitario y político que solo cobra importancia cuando hay algún episodio de violencia en los estadios del país.

López (2012), indica que analiza su configuración neuronal para definir hasta qué punto determinante los lleva a comportarse como lo hacen. Por ello, puede tener tanta repercusión al ver una portada de periódico, ya que el individuo puede adaptarse al grupo social de su entorno y puede variar en su comportamiento.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

La forma de investigación es CUANTITATIVA. Sampieri, Fernández y Batista (2014) afirma que: Se basa en investigaciones previas para de esta manera afianzar las creencias formuladas en una teoría o un esquema teórico y ser exactos en el comportamiento de una población.

El estudio es APLICADA. Carrasco (2007), indica que se distingue por tener una finalidad práctica, inmediata, bien definida, es decir, se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad.

El nivel de estudio corresponde al DESCRIPTIVO-CORRELACIONAL. Sampieri, Fernández & Baptista (2014), lo definen así: tiene como propósito conocer el grado de relación que existan en diversos conceptos, categorías o variables en muestra o un contexto en particular.

El diseño de investigación es NO EXPERIMENTAL. Sampieri, Fernández & Baptista (2014), mencionan que: son investigaciones las cuales no se altera la forma de las variables independientes para observar el efecto de otras variables.

Es TRANSECCIONAL O TRANSVERSAL. Sampieri, Fernández & Baptista (2014), indican que su finalidad es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un tiempo promedio.

2.2 Variables y operacionalización de variables:

Variable 1: Portada de los diarios deportivos

Definición conceptual: La página principal de un diario es la portada ya que representa la cara de este medio de comunicación; los editores ponen especial atención en elaboración, pues es determinante en sus ventas. (Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.2).

Definición operacional: El contenido de una portada, es definido por los editores, quienes se encargan de seleccionar los titulares, los textos y las fotografías que se usarán, jerarquizando la información. (Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.3).

Dimensión: Titulares: es el resumen de la información de hechos noticiosos y son exactos. Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.3).

Dimensión: Fotografías: es el elemento que más impacto genera en la portada, y es fundamental para aumentar o disminuir la atención del lector. Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.3).

Dimensión: Textos: informan brevemente sobre el contenido del diario y pueden ser sumarios o citas textuales. Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.3).

Variable 2: Comportamiento social

Definición conceptual: Durante la adolescencia se desarrolla diversas alteraciones en los comportamientos y actitudes, estos cambios hacen posible la independencia, proporciona el progreso de la madurez en la interacción social, en el cual contribuyen al desarrollo de la comunicación y la capacidad de las personas para asumir un papel en la sociedad (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 59).

Definición operacional: Entre las habilidades, se considera las sociales e interpersonales que están incluidas en la comunicación, la agresividad y la empatía; estas habilidades son necesarias para el manejo de emociones como el estrés y el aumento de auto control. (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 60).

Dimensión: Comunicación: es la capacidad de manifestarse de manera verbal y de manera adecuada a la cultura y a las situaciones. (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 60).

Dimensión: Agresividad, expresan que es una conducta que se expresa a través de gestos intimidatorios, utilizando palabras inapropiadas y amenazadoras, faltando al respeto hacia los derechos de los demás. (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 60).

Dimensión: Empatía: es la facultad de la persona para ponerse en el lugar o situación del otro, de esta manera entender su punto de vista y sentimientos, a pesar de no familiarizarse con la situación. (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 60).

Tabla 1: Operacionalización de Variable: Portada de los diarios deportivos

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Titulares	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad en cuanto lo que quieren expresar e informar? 	1,2,3,	Nunca (1)	Bajo (22 al 44)
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos? 			
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia? 			
Fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante? 	4,5,6	Casi Nunca (2)	Medio (45 al 66)
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes? 		A veces (3)	
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes? 		Casi siempre (4)	
Textos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes? 	7,8,9	Siempre (5)	Alto (67 al 110)
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos es de importancia? 			
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector 			

Tabla 2: Operacionalización de Variable: Comportamiento social

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y Rangos
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ¿Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones? ¿Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad? 	10,11,12	Nunca (1)	Bajo (22 al 44)
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona? ¿La agresividad física que desarrolla una persona lo genera en un ambiente familiar? 	13,14,15	Casi Nunca (2) A veces (3)	Medio (45 al 66)
Agresividad	<ul style="list-style-type: none"> ¿Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona? ¿La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona? 		Casi siempre (4) Siempre (5)	Alto (67 al 110)
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona? ¿Consideras que la edad influye en la empatía con las personas? ¿La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar? 	16,17,18		
Empatía				

2.3 Población, muestra y muestreo

Población:

La población es de **528.368 habitantes**, ha definido según la municipalidad del Callao en el 2017 como fuente, de acuerdo con los siguientes criterios: habitantes del distrito del Callao Cercado de las edades de 20 a 29 años. El 19.26% de esta población tienen alrededor estas edades. (Fuente: Municipalidad del Callao).

Criterios de inclusión: Jóvenes que pertenezcan al distrito de Callao Cercado de las edades de 20 a 29 años

Criterios de exclusión: Jóvenes que no pertenezcan al distrito de Callao Cercado de las edades de 20 a 29 años

Tabla 3.

Distribución de la población.

	Total
Jóvenes del distrito de Callao Cercado	528.368
Total	528.368

Fuente: Municipalidad del Callao

Muestra:

Aplicando la fórmula del muestreo simple aleatorio, para una población de **528.368 habitantes**, con un grado de error del 5 % y un nivel de confianza del 95%, nos da como resultado que la muestra es de **381 personas**, de acuerdo con la fórmula estadística de muestreo probabilístico aleatorio

Datos:

Población (N): 528.368

Nivel de confianza (Z^2): 1.96 (95%)

P y q: Son las probabilidades de éxito y fracaso que tiene cada integrante de la población (0.5).

Margen de error (E): 0.05 (5%)

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} =$$

Muestra: 381

El total de la muestra para este estudio son 381 jóvenes del distrito de Callao Cercado.

Muestreo:

El muestreo considerado es no probabilístico por conveniencia, de naturaleza aleatoria simple.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En esta investigación se empleó mediante la técnica de la encuesta con el objetivo de obtener información.

Tabla 4.

Distribución de la muestra.

	Contribuyentes
Jóvenes del distrito de Callao Cercado	381
Total	381

Instrumento:

El instrumento es el cuestionario que consiste en obtener, de manera ordenada y sistemática, la información acerca de la población con la que se trabaja, sobre las variables objeto de la investigación o evaluación.

El instrumento consiste en 18 ítems y las alternativas de respuesta serán 5 y se considera: () Nunca, () Casi nunca, () A veces, () Casi siempre, () Siempre.

Validez del instrumento

Se utilizó la validez de contenido de los instrumentos: Portada de diarios deportivos y comportamiento social a través del juicio de expertos. Los expertos son docentes de la

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Derecho y Humanidades de la Universidad César Vallejo.

- Mg. Carolina Sánchez Vega
- Mg. Pedro Uriarte Laynes
- Mg. Máximo Valverde Vásquez

Tabla 5.

Validación del instrumento: Portada de diarios deportivos

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si
Claridad	Si	Si	Si	Si

Tabla 6.

Validación del instrumento: Comportamiento social

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si
Claridad	Si	Si	Si	Si

Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del instrumento planteado, se realizó un criterio de selección al que se le aplicó el Alfa de Cronbach, donde se logró los siguientes resultados que se aprecian en la tabla 7.

Tabla 7.

Tabla Confiabilidad – Alfa de Cronbach

	N de ítems	Alfa de Cronbach
Portada de diarios deportivos	9	0,864
Comportamiento social	9	0,906

3.5. Procedimientos

Se realizó una encuesta, la cual constaba de 18 ítems desarrollados en la Escala de Likert, que fue realizada a jóvenes del distrito de Callao Cercado a 381 jóvenes entre las edades de 20 a 20 años que transitaban por dicho distrito, lo cual se mostraron amablemente aceptando realizar el procedimiento.

3.6. Método de análisis de datos

En el presente trabajo se utilizó en la investigación programas especializados como IBM SPSS 23 y EXCEL, de tal manera que las pruebas estadísticas que se utilizaron: Alfa de Cronbach para medir el instrumento de confiabilidad y la prueba de constructo para determinar la validez general percibida de la prueba.

3.7. Aspectos éticos

Manejo y la aplicación de la información: se respetó la identidad de cada uno de los jóvenes encuestados, de igual forma la información que se obtuvo de ellos, ya que solo se le dio un uso específicamente académico.

Aspecto social: todos los jóvenes que fueron participes en el estudio, se realizó de manera voluntaria para ser parte de la dinámica realizada.

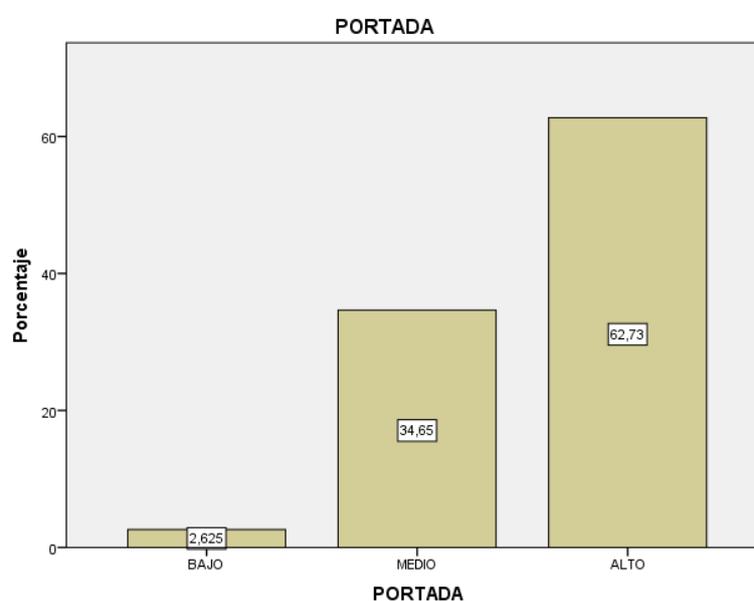
III. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

Tabla 8. Niveles de percepción de portadas de diarios deportivos

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	10	2,6
	Medio	132	34,6
	Alto	239	62,7
	Total	381	100,0

Figura 1: Nivel de percepción de portadas de diarios deportivos

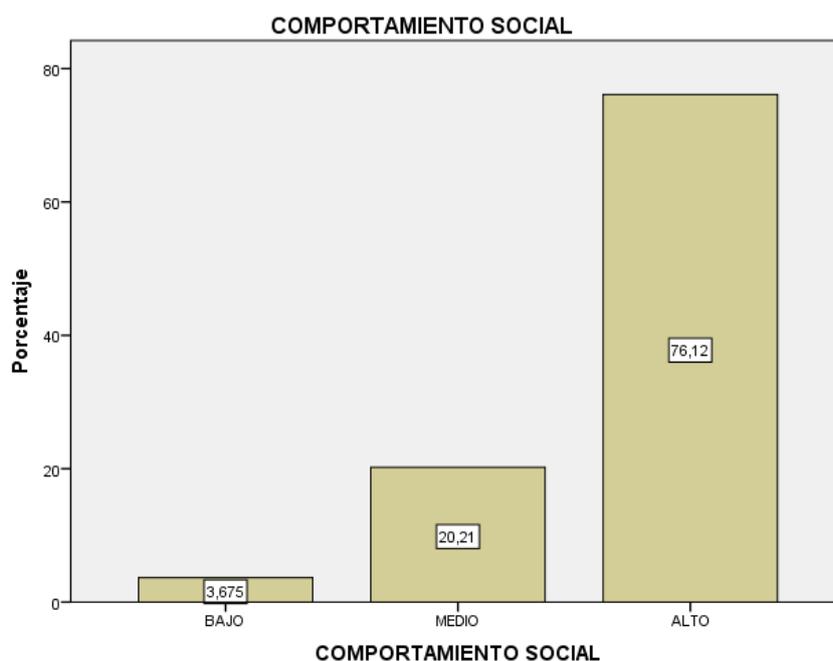


En la tabla 8 y figura 1 se evidencia que el 62,7% de los jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que la portada de los diarios deportivos si son impactantes, un 34,6% indica un nivel medio y un 2,6% que prácticamente no impactan.

Tabla 9: Niveles de percepción de comportamiento social

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	14	3,7
	Medio	77	20,2
	Alto	290	76,1
	Total	381	100,0

Figura 2: Niveles de percepción de comportamiento social

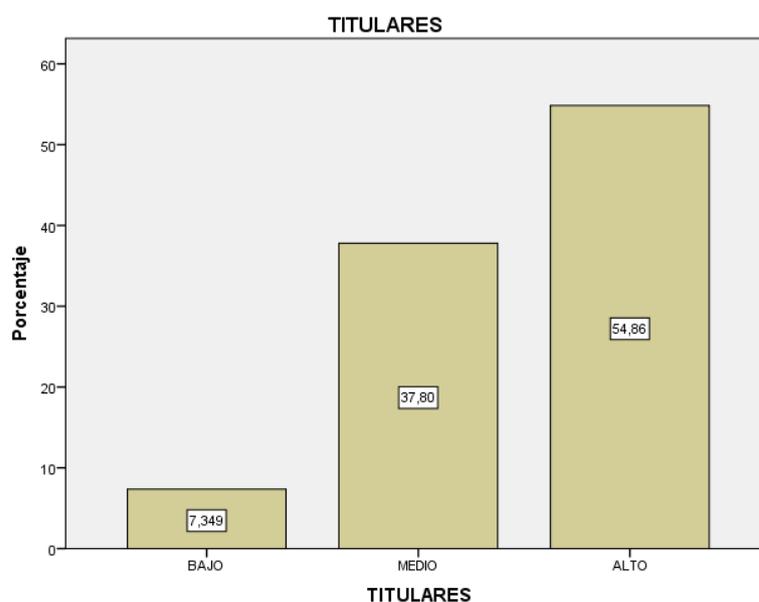


En la tabla 9 y figura 2 se evidencia que el 76,1% de los jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que el comportamiento social se da por factores sociales que observan día a día, un 20,2% indica un nivel medio y un 3,7% que no influye de manera baja.

Tabla 10: Niveles de percepción de titulares

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	28	7,3
	Medio	144	37,8
	Alto	209	54,9
	Total	381	100,0

Figura 3: Niveles de percepción de titulares

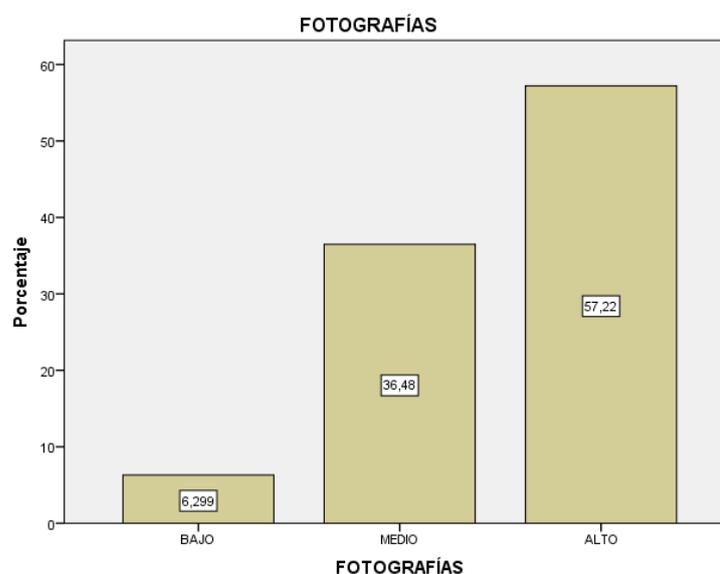


En la tabla 10 y figura 3 se evidencia que el 54,9% de los jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que los titulares de las portadas de los diarios deportivos si influyen en ellos, un 37,8% indica de manera media un 7,3 que no influye absolutamente nada.

Tabla 11: Niveles de percepción de fotografías

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	24	6,3
	Medio	139	36,5
	Alto	218	57,2
	Total	381	100,0

Figura 4: Niveles de percepción de fotografías

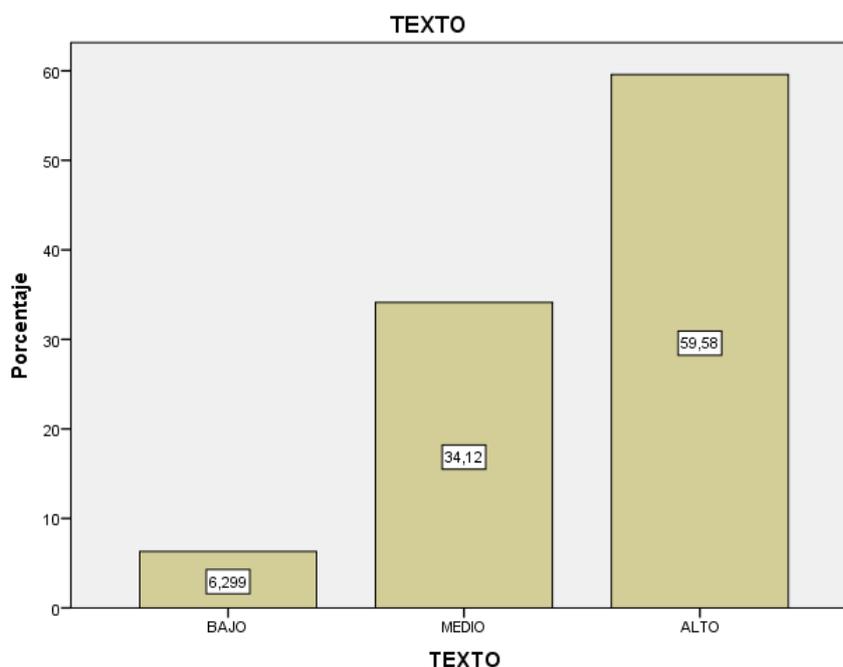


En la tabla 11 y figura 4 se evidencia que el 57,2% de jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que las fotografías de las portadas de los diarios deportivos si son impactantes e influyentes en ellos, un 36,5% indica de manera media, y un 6,3% que no influye.

Tabla 12. Niveles de percepción de textos complementarios

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	24	6,3
	Medio	130	34,1
	Alto	227	59,6
	Total	381	100,0

Figura 5: Niveles de percepción de textos complementarios

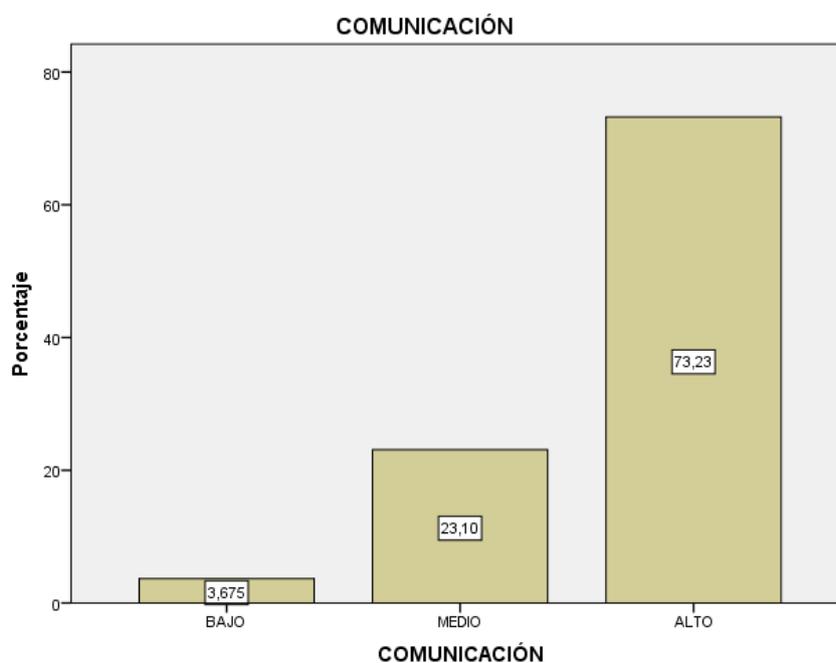


En la tabla 12 y figura 5 se evidencia que un 59,6% de jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que los textos complementarios que brindan los diarios deportivos si son resaltantes en ellos, un 34,1% indica de manera media y un 6,3 de manera baja.

Tabla 13: Niveles de percepción de comunicación

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	14	3,7
	Medio	88	23,1
	Alto	279	73,2
	Total	381	100,0

Figura 6: Niveles de percepción de comunicación

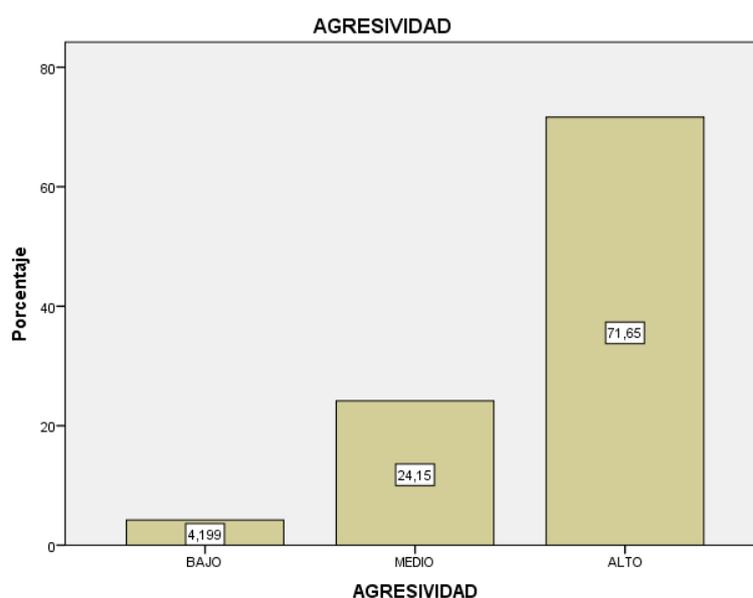


En la tabla 13 y figura 6 se evidencia que el 73,2% de jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que una buena comunicación debe ser asertiva y eficaz, un 23,1% de manera media, y un 3,7% bajo.

Tabla 14: Niveles de percepción de agresividad

		Frecuencia	Porcentaje
		(fi)	(%)
Válido	Bajo	16	4,2
	Medio	92	24,1
	Alto	273	71,7
	Total	381	100,0

Figura 7: Niveles de percepción de agresividad

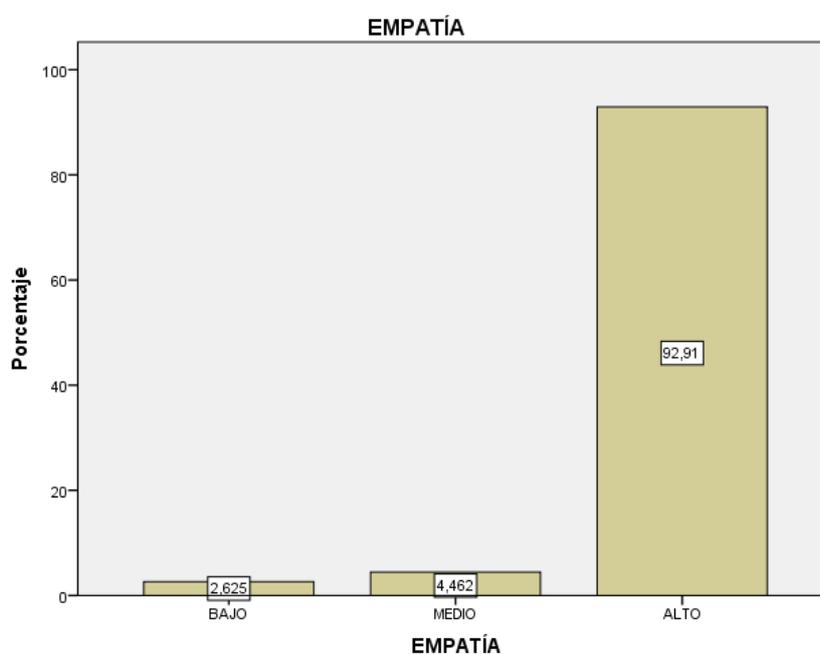


En la tabla 14 y figura 7 se evidencia que el 71,7% de jóvenes del distrito de Callao Cercado perciben que la agresividad se refleja en el entorno en el que conviven diariamente, un 24,1% indica de manera media y un 4,2% de manera baja.

Tabla 15: Niveles de percepción de empatía

		Frecuencia (fi)	Porcentaje (%)
Válido	Bajo	10	2,6
	Medio	17	4,5
	Alto	354	92,9
	Total	379	100,0

Figura 8: Niveles de percepción de empatía



En la tabla 15 y figura 8 se evidencia que el 92,9% de jóvenes del distrito de Callao Cercado percibe que la empatía es un factor importante en el trato con las personas, un 4,5% de manera media y un 2,6% baja.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General:

Existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis Nula (H0):

No existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Tabla 16:

		Comportamiento		
		Portadas	social	
Rho de Spearman	Portadas	Coefficiente de correlación	1.000	0.553
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	381	381
	Comportamiento social	Coefficiente de correlación	0.553	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	381	381

Interpretación:

Como podemos observar en la Tabla N°16 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.553 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación

positiva alta. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Luego podemos concluir que sí existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis específica 1:

Existe una relación significativa entre los titulares de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis Nula (H0):

No existe una relación significativa entre los titulares de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe una relación significativa entre los titulares de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Tabla 17:

			Titulares	Comportamiento social
Rho de Spearman	Titulares	Coefficiente de correlación	1.000	0.501
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	381	381
	Comportamiento social	Coefficiente de correlación	0.501	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	381	381

Interpretación:

Como podemos observar en la Tabla N°17 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.501 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación positiva media. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Luego podemos concluir sí existe una relación significativa entre los titulares de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis específica 2:

Existe una relación significativa entre las fotografías de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis Nula (H0):

No existe una relación significativa entre las fotografías de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe una relación significativa entre las fotografías de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Tabla 18:

			Fotografías	Comportamiento social
Rho de Spearman	Fotografías	Coeficiente de correlación	1.000	0.523
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	381	381
	Comportamiento social	Coeficiente de correlación	0.523	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	381	381

Interpretación:

Como podemos observar en la Tabla N°18 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.523 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación positiva media. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000<0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Luego podemos concluir que sí existe una relación significativa entre las fotografías de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis específica 3:

Existe una relación significativa entre los textos complementarios de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis Nula (H0):

No existe una relación significativa entre los textos complementarios de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Hipótesis de Investigación (H1):

Sí existe una relación significativa entre los textos complementarios de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

Tabla 19:

			Texto	Comportamiento social
Rho de Spearman	Texto	Coeficiente de correlación	1.000	0.495
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	381	381
	Comportamiento social	Coeficiente de correlación	0.495	1.000

Sig. (bilateral)	0.000	.
N	381	381

Interpretación:

Como podemos observar en la Tabla N°19 el coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.495 y de acuerdo con el baremo de la correlación de Spearman existe una correlación positiva alta. Asimismo, se observa que el nivel de significancia es menor que la significancia de investigación 0.05 ($p=0.000 < 0.05$), seguidamente se concluye que según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Luego podemos concluir que sí existe una relación significativa entre los textos complementarios de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.

IV. DISCUSIÓN

Objetivo e Hipótesis General:

Se planteó como objetivo general determinar la relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019. Mediante los resultados se demostró que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que estudio **tiene una distribución normal**. Obteniendo los resultados, se acepta la **hipótesis** de investigación y se rechaza la nula, indicando que existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes y de esta manera existe una correlación de 0.553%, lo cual indica una **correlación positiva moderada**.

Las teorías utilizadas, fueron imprescindibles para la elaboración y el desarrollo de la investigación y de esta manera poder comprender la relación de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social de los jóvenes.

Rodríguez (2017), en la teoría de la Agenda Setting establece cómo los medios influyen en mover a las masas, a través de temas de mayor relevancia, de esta manera el conjunto de contenidos se le determina “la agenda”. Es por ello que los periódicos deportivos buscan llegar al lector fidelizándolos con temas de interés a través de las portadas que muestran día a día y de esta manera generar un comportamiento en ellos. Dancourt (2018), indica que las portadas del diario Líbero, sostiene el análisis y la forma lingüística del mensaje a través de las primeras planas, al tener en cuenta los titulares, fotografías e ilustraciones en un sentido denotativo y connotativo.

De modo que las primeras planas llaman la atención de los jóvenes lectores, con la información y el contenido visual que muestren y estimulen la compra y adquisición del diario deportivo de su elección.

En la presente investigación, se afirma que una mayoría de los jóvenes relaciona los periódicos deportivos con el comportamiento social ya que en ellos generan un estímulo dependiendo la noticia a tratar en el momento.

Objetivo e Hipótesis Específica 1:

Se planteó como objetivo general determinar la relación significativa entre los titulares y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019. Mediante los resultados estadísticos se demostró que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que estudio **tiene una distribución normal**. Según los resultados obtenidos, se acepta la **hipótesis** de investigación y se rechaza la nula, indicando que existe una relación entre los titulares y el comportamiento social de los jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao- Cercado, 2019 y de esta manera existe una correlación de 0.501%, lo cual indica una **correlación positiva moderada**.

La teoría del conductismo o de efectos limitados, Botero (2012), plantea las problemáticas sociales, además varía según el concepto del público, al entender la manera en que un grupo de personas no tan pasivas sino por el contrario, con una influencia limitada para persuadir su realidad en grupos sociales capaces de elegir lo que quieren leer, en qué momento y circunstancia. Murray (2018), interpreta que los medios impactan a la sociedad a través de sus representaciones y presentaciones debido a que son capaces de llegar a las masas, de este modo, los titulares lo que buscan es generar la atención de los lectores, al presentar signos de interrogación y/o exclamación, resaltando ciertas expresiones en base a supuestos o sugerencias.

Los titulares en los diarios deportivos hacen que los lectores, en este caso, los jóvenes se vuelvan selectivos, generando un impacto en ellos dependiendo de qué es lo que se muestre en la portada. De tal manera, el público elige el periódico a leer por el titular más llamativo e impactante de su portada.

El comportamiento de los lectores también cambia al ver reflejado lo que se está mostrando en el titular, de esta manera puede mostrar una actitud positiva o negativa ante ello y puedo demostrarlo y/o transmitirlo ante la sociedad y su entorno.

Objetivo e Hipótesis Específica 2:

Se planteó como objetivo general determinar la relación significativa entre las fotografías y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao

Cercado, 2019. Mediante los resultados estadísticos se demostró que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que estudio **tiene una distribución normal**. Según los resultados obtenidos, se acepta la **hipótesis** de investigación y se rechaza la nula, indicando que existe una relación entre las imágenes y el comportamiento social de los jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao- Cercado, 2019 y de esta manera existe una correlación de 0.523%, lo cual indica una **correlación positiva moderada**.

Giraldo, Naranjo, Tovar y Córdoba (2008), la teoría estructural funcionalista de Lasswell, es la presión grupal, la influencia de los medios masivos, la eficiencia de la persuasión mediante la comunicación. Además, hace referencia que el rol que cumplen es fundamental, es por ello que los líderes de opinión cada vez tienen mayor relevancia, e imponen la impresión que tenemos de todo aquello que nos rodea. De tal modo las imágenes que se pueden mostrar en las portadas de los diarios deportivos pueden persuadir al lector a adquirir un periódico. García (2016), señala que la fotografía es uno de los elementos imprescindibles, debido a que los medios apuestan tanto en la versión digital como en la física, tal como indica la teoría al mostrar las imágenes influyen en la compra del diario deportivo.

Uno de los roles más importantes de una portada de un diario deportivo son las fotografías e imágenes que puedan mostrarse, ya que ellos pueden generar impacto y hacen que el titular resalte más. Por ende, la fotografía es un gran acompañamiento al titular ya que refleja lo que se está diciendo en la noticia principal.

Objetivo e Hipótesis Específica 3:

Se planteó como objetivo general determinar la relación significativa entre los textos y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019. Mediante los resultados estadísticos se demostró que existe un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir $0.000 < 0.05$ lo que implica que estudio **tiene una distribución normal**. Según los resultados obtenidos, se acepta la **hipótesis** de investigación y se rechaza la nula, indicando que existe una relación entre los textos y el comportamiento social de los jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao- Cercado, 2019 y de esta manera existe una correlación de 0.495%, lo cual indica una **correlación positiva moderada**.

Ardilla (2013), estudia la teoría del conductismo hace referencia que el comportamiento puede cambiar dependiendo si se adaptan o no las personas. Esto quiere decir que es un estímulo de respuesta que puede tener cada persona al interactuar ante la sociedad, es por ello que las personas al visualizar una portada deportiva del diario de su preferencia con contenido de su interés, va repercutir en su comportamiento ante su entorno y comunidad. Por esta razón los textos que se planteen en la primera plana pueden generar estímulos en el lector. Suarez, Balca & Costa (2018), interpretan que el lenguaje se muestra con mayor notoriedad en los estilos de narración de algún evento deportivo. Es por ello que los textos de la portada de cada diario deportivo, solo precisa el contenido con mayor relevancia para llamar la atención del lector.

Los textos representan el resumen del contenido de todo el periódico y principalmente, el texto que representa el titular de la noticia más relevante que se va mostrar en dicho diario. Es por ello que el contenido generara más expectativas en el lector, ya que en el texto que se muestre, realizará que las personas se interesen más en lo que se ha desarrollado en todo el periódico

V. CONCLUSIONES

Con los objetivos obtenidos y la contrastación de las hipótesis se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. Se demostró que hay relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019 la debido que, entre ambas variables hay una correlación positiva moderada.
2. Se demostró que hay relación significativa entre los titulares y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019 la debido que, entre ambas variables hay una correlación positiva moderada.
3. Se demostró que hay relación significativa entre las fotografías y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019 la debido que, entre ambas variables hay una correlación positiva moderada.
4. Se demostró que hay relación significativa entre los textos y el comportamiento social en jóvenes de las edades de 20 a 29 años en el distrito de Callao Cercado, 2019 la debido que, entre ambas variables hay una correlación positiva moderada.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que al elaborar las portadas de los diarios deportivos tengan en cuenta el contenido a mostrar en los titulares, ya que pueden repercutir en los lectores mayormente los jóvenes de una manera no tan positiva y puede generar un comportamiento no adecuado para la sociedad. Debido a que hay periódicos que utilizan un lenguaje y estilo no adecuado.
2. Se recomienda que los titulares a mostrar en cada portada sean llamativos y con el mensaje claro a mostrar, de esta manera los lectores, jóvenes entenderán la noticia de manera más clara y sencilla, teniendo en cuenta que lenguaje que se va emplear para no caer en el sensacionalismo.
3. Se recomienda que las fotografías que se coloquen fundamentalmente en la noticia principal del periódico sean de mayor impacto, de tal modo que los lectores generen el estímulo de adquisición y realicen la compra. De tal forma que, las imágenes complementarias del diario, también generen la expectativa esperada y puedan interesarse en las otras noticias del periódico.
4. Se recomienda que los textos, ya que es uno de los factores claves en el periódico sea muy claro y contundente en lo que se va redactar de la noticia. Por ende, dichos textos deben ir acompañado de los puntos más resaltantes y de esta manera generar impacto al lector, acompañado de un buen titular.

REFERENCIAS

- Abdollani-Guilani, M. (2017). *Negativity as criteria for newsworthiness in malaysian newspaper sports corpus*. *Jurnal Komunikasi Malaysian journal of communication*.
- Alcoba, A. (1999). *La prensa deportiva: Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte. Madrid.
- Altabella, J. (1988). *Historia de la prensa deportiva madrileña. En Orígenes del deporte madrileño. Condiciones sociales de la actividad deportiva*. Comunidad de Madrid. España.
- Álvarez, J., Call, N. & Lomas, J. (2014). *Increasing the social validity of function-based treatments for problem behavior*. Redalyc.
- Ardilla, R. (2013). Los orígenes del conductismo, Watson y el manifiesto conductista de 1913. Redalyc. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/805/80528401013.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3era edición). Colombia.
- Bernárdez, E. (1982). *Introducción a la lingüística del texto*. España: Espasa- Calpe. S.A.
- Bolsoni, A & Loureiro, S. (2014). The role social skills in social anxiety of university students. Redalyc.
- Borda, M. (2013). *El proceso de investigación. Visión general de su desarrollo*. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad Del Norte, 2013.
- Botero, N. (2012). *Las teorías de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: una relación simbiótica*. Redalyc.
- Calegaro, V. Bolson, A. Freitas, D. Barcellos, A. Garziera, A. Chitolina, C. & Cunha, A. (2014). *Aggressive behavior during the first 24 hours of psychiatric admission*. Redalyc.
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la Investigación científica*. (1era ed.). Lima, Perú: San Marcos.

- Corrales, A.; Quijano, N. K. y Góngora, E. A. (2017). *Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. Un programa para desarrollar habilidades para la vida*. Enseñanza e Investigación en Psicología, 22 (1), 58-65.
- Dancourt, M. (2018). *Las portadas del diario Libero según el análisis del discurso*. (Tesis de Maestría en Periodismo y Comunicación multimedia). Universidad San Martín de Porres, Perú.
- El comercio. (2014). *Manual de periodismo*. Perú: Editorial del diario El Comercio.
- Galarsi, M. Medina, A. Ledezma y C. Zanin, Laura. (2011). *Comportamiento, historia y evolución*. Argentina: Universidad Nacional de San Luis.
- García, A. (2015). *Análisis de la imagen digital y multimedia en la primera página de la prensa online. Estudio comparativo entre España y Alemania*. (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga, España.
- Giraldo, C. Naranjo, S. Tovar, E & Córdoba, J. (2008). *Teorías de la comunicación*. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- González, J & Miménez M. (2012). *Fútbol y Racismo: un problema científico y social*. *International Journal of Sport Science*. España.
- Gordo, A. (2016). *Teoría de la mente y empatía. Relación con la aceptación entre iguales y con la percepción sociometría*. España: Universidad de Málaga.
- Guerrero, S. (2017). *La intensificación como estrategia comunicativa en los titulares de las portadas deportivas*. Universidad de Málaga.
- Imán, M. (2019). *Habilidades sociales en estudiantes del sexto grado de primaria de una institución educativa pública del Callao*. (Tesis para optar el grado de maestría en educación en Psicología de la infancia). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Kuiken, J. Schuth, A. Spitters, M & Max, M. (2017). *Effective headlines of newspaper articles in digital environment*. *Digital journalism*. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1279978>
- Kuznik, A. Hurtado, A y Espinal, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social en traductología. Características metodológicas*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.

- López, A. (2009). *El titular*. 1º edición Sevilla. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- López, F. (2012). *Las bases psico-biológicas del comportamiento del hincha deportivo: el seguidor virtuoso*. Universidad de Valencia. (10), P. 279-306.
- Marta-Lazo, C. & Peñalva, S. (2014). *La cobertura periodística de la crisis del real Zaragoza en 2014. Análisis comparativo entre el Heraldo y el periódico de Aragón*. Comunico. Recuperado de https://zagan.unizar.es/record/58378/files/texto_completo.pdf
- Marrone (2009). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca*. (Tesis para optar el título de Doctorado en Periodismo). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Munrray, B. (2018). *A content analysis of dports illustrated's portrayal of female athletes and its impact on society* (Thesis to obtain the degree of master). Liberty university, Visrginia.
- Pahuacho, A. (2017). *Aproximación a los estudios sobre futbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión*. Revista de comunicación. Recuperado de https://revistadecomunicacion.com/pdf/2018_1/6_Art.pdf
- Pedrerros, J. (2018). *Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur* (Tesis de Maestría en Periodismo y Comunicación multimedia). Universidad San Martin de Porres, Perú.
- Peñarrieta, L. Rodriguez, L & Ramos, K. (2012). *Análisis de los contenidos de elementos impresos de la portada de diario Correo edición región Puno 2012*. Scielo Perú. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000200006&lang=es
- Pérez, M. (2016). *Vigotski y la psicología dialéctica*. ResearchGate. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/220009117_Vigotski_y_la_psicologia_dialectica

- Preciado, S. (2017). *Fútbol, hinchadas y política* (Tesis para optar el título de Magister en estudios Políticos). Universidad Nacional de Colombia, Medellín.
- Reyna, C. Ison, M. Brussino, S. (2015). *Diferencias de edad y género en comportamiento social, temperamento y regulación emocional en niños argentinos*. Acta Colombiana de Psicología. recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/acp/v18n2/v18n2a05.pdf>
- Richaud, M. (2014). *Algunos aportes sobre la importancia de la empatía y la prosocialidad en el desarrollo humano*. Argentina: Consejo nacional de investigaciones científicas y técnicas (conicet).
- Rodriguez, R. (2016). *La prensa de sucesos en el periodismo español*. *Reevista internacional de historia de la comunicación*. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/78675/LaPrensaDeSucesosEnElPeriodismoEspanol-5643116.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, R. (2017). *Teoría de la agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. ResearchGate. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/39436607_Teoria_de_la_Agenda-Setting_aplicacion_a_la_ensenanza_universitaria
- Sampieri, R. Fernández, C & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5ta edición). México: Mc Graw Hill.
- Sampieri H. Fernández-Collado, R. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Selección de muestra*. (6ta edición). México. Espacio de formación multimodal.
- Simelio, N. (2014). *Estudio del tratamiento del concepto de imparcialidad en las noticias relacionadas con el fútbol en los diarios Marca, As, Mundo deportivo y Sport* (Tesis para obtener el Master de investigación en Comunicación y Periodismo). Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Suarez, S. Balca, A & Costa, P. (2018). *La enseñanza de los textos deportivos. Estudio de las portadas impresas de España y Portugal*. Contextos educativos.
- Valencia, E. (2010). *Conducta humana y bienestar social*: American Androgagy University.

Wasike, B. (2018). *Gender, parasocial interaction, and nonverbal communication: testing the visual effect of sports magazine cover models*. International journal of communication.

Wasike, B. (2017). *Jocks versus jockettes: an analysis of the visual portrayal of male and female cover models on sports magazines*. Sage journals. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884917716818#>

Zavala, M. Valdez, M. Vargas, M. (2015). *Inteligencia emocional y habilidades sociales en adolescentes con alta aceptación social*. Electronic journal of research in educational psychology. Recuperado de <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/1>

ANEXOS:

MATRIZ DE CONSISTENCIA:

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	
<p>GENERAL: ¿Cuál es la relación entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao Cercado, 2019?</p> <p>ESPECÍFICOS: ¿Cuál es la relación entre los titulares de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de las edades de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las fotografías de los diarios deportivos y el comportamiento social de los jóvenes de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las fotografías de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de las edades de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019?</p>	<p>GENERAL: Determinar la relación entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019.</p> <p>ESPECÍFICO S: Determinar la relación entre los titulares de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social de jóvenes de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019.</p> <p>Determinar la relación entre las fotografías de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social de jóvenes de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019.</p> <p>Determinar la relación entre los textos complementarios de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento</p>	<p>GENERAL: Existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos que genera comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS : Existe una relación significativa entre los titulares de los diarios deportivos que generan comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.</p> <p>Existe una relación significativa entre las fotografías de las portadas de los diarios deportivos que generan comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el</p>	<p>V1: Portadas de los diarios deportivos</p>	<p>Titulares</p>	<p>- Denotativo -Connotativo -Color</p>	<p>ENFOQUE Cuantitativa</p> <p>DISEÑO No experimental</p> <p>TIPO Transversal</p> <p>NIVEL Descriptiva – Correlacional</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA 528.368 381</p>	
				<p>Fotografías</p>	<p>-Tamaño -Ilustraciones - Movimiento</p>		<p>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Cuestionario</p> <p>ANALISIS DE DATOS Alfa de Cronbach</p> <p>La prueba de constructo</p>
				<p>Textos</p>	<p>-Estadísticas -Información complementaria -Información adicional</p>		
			<p>V2: Comportamiento Social</p>	<p>Comunicación</p>	<p>-asertiva - pasiva - no verbal</p>		
				<p>Agresividad</p>	<p>- física - verbal - psicológica</p>		
				<p>Empatía</p>	<p>-Genero -Edad -Localidad</p>		

<p>¿Cuál es la relación entre los textos complementarios de las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social en los jóvenes de las edades de 20 a 29 años del distrito del Callao Cercado, 2019?</p>	<p>to social de jóvenes de 20 a 29 años del distrito del callao cercado, 2019.</p>	<p>distrito del Callao, 2019.</p> <p>Existe una relación significativa entre los textos complementarios de las portadas de los diarios deportivos que generan comportamiento social en jóvenes de 20 a 29 años en el distrito del Callao, 2019.</p>				
---	--	---	--	--	--	--

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Portadas de los periódicos deportivos	La portada de un diario es la página principal, y representa la cara de este medio de comunicación ; los editores ponen especial interés en elaborarla pues es determinante en sus ventas. (Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.2).	El contenido de una portada, es definido por un grupo de editores, quienes seleccionan los titulares, textos y fotografías que se usarán, jerarquizando la información. (Peñarrieta, Rodríguez y Condori, 2012, p.3).	Titulares	-Denotativo -Connotativo -Color	1-. ¿En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad en cuanto lo que quieren expresar e informar? 2-. ¿Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos? 3-. ¿Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia?	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi (4) Siempre (5)
			Fotografías	-Tamaño -Ilustraciones -Movimiento	4-. ¿El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante? 5-. ¿Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes? 6-. ¿Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes?	
			Texto	-Estadísticas -Información complementaria -Información adicional	7-. ¿Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes? 8-. ¿La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos es de importancia? 9-. ¿ En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Comportamiento social	Durante la adolescencia se desarrollan diversas alteraciones en los comportamientos y actitudes, estos cambios hacen posible la independencia, facilitan el progreso hacia la madurez en las relaciones sociales, contribuyen al desarrollo de la comunicación y la capacidad del individuo para asumir un papel en la sociedad (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 59)	Entre las habilidades, se considera las sociales e interpersonales, incluidas las de comunicación, agresividad y empatía; habilidades necesarias para el manejo de emociones como el estrés y aumento interno de un centro de control. (Pérez, Quijano y Góngora, 2016, p. 60)	Comunicación	-Asertiva -Pasiva -No verbal	10-. ¿Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones? 11-. ¿Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad? 12-. ¿Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona?	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi (4) Siempre (5)
			Agresividad	-Física -Verbal -Psicológica	13-. ¿La agresividad física que desarrolla una persona lo genera en un ambiente familiar? 14-. ¿Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona? 15-. ¿La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona?	
			Empatía	-Genero -Edad -Localidad	16-. ¿Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona? 17-. ¿Consideras que la edad influye en la empatía con las personas? 18-. ¿La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar?	

INSTRUMENTO:

CUESTIONARIO

- Marque con una X la respuesta que crea pertinente -Por favor escoger solo una opción en cada pregunta

N°	ÍTEMS	Nunca (01)	Casi nunca (02)	A veces (03)	Casi siempre (04)	Siempre (05)
1	En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad en cuanto lo que quieren expresar e informar.					
2	Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos.					
3	Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia.					
4	El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante.					
5	Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes.					
6	Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes.					
7	Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes.					
8	La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos es de importancia.					
9	En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector.					
10	Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones.					
11	Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad.					
12	Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona.					
13	La agresividad física que desarrolla una persona lo genera en un ambiente familiar.					
14	Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona.					
15	La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona.					
16	Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona.					
17	Consideras que la edad influye en la empatía con las personas.					
18	La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar.					

VALIDEZ DE EXPERTOS:

11	Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad.	X
12	Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona.	X
13	La agresividad física que desarrolla una persona lo genera en un ambiente familiar.	X
14	Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona.	X
15	La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona.	X
16	Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona.	X
17	Consideras que la edad influye en la empatía con las personas.	X
18	La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar.	X

APORTES Y SUGERENCIAS

Carolina Sánchez Vélez
 Nombre y Firma

30/04/19
 Fecha:



EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:
 "PORTADAS DE DIARIOS DEPORTIVOS Y COMPORTAMIENTO SOCIAL EN JÓVENES DE 20 A 29 AÑOS EN EL DISTRITO DEL CALLAO- CERCAO, 2019"

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Primera variable				
1	En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad <u>cuanto</u> lo que quieren expresar e informar.	X		(-) con claridad respecto a lo que quieren expresar.
2	Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos.	X		
3	Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia.	X		
4	El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante.	X		
5	Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes.	X		
6	Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes.	X		
7	Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes.	X		
8	La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos <u>es de importancia</u> .	X		(-) diarios deportivos... cumplen un rol importante en el Lc+Ov.
9	En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector.	X		
Segunda variable				
10	Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones.	X		

EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:
 "PORTADAS DE DIARIOS DEPORTIVOS Y COMPORTAMIENTO SOCIAL EN JÓVENES DE 20 A 29 AÑOS EN EL DISTRITO DEL CALLAO- CERCADO, 2019"

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Primera variable				
1	En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad en cuanto lo que quieren expresar e informar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos es de importancia.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Segunda variable				
10	Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

11	Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad.	<input checked="" type="checkbox"/>	
12	Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona.	<input checked="" type="checkbox"/>	
13	La agresividad física que desarrolla una persona le genera en un ambiente familiar.	<input checked="" type="checkbox"/>	
14	Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona.	<input checked="" type="checkbox"/>	
15	La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona.	<input checked="" type="checkbox"/>	
16	Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona.	<input checked="" type="checkbox"/>	
17	Consideras que la edad influye en la empatía con las personas.	<input checked="" type="checkbox"/>	
18	La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar.	<input checked="" type="checkbox"/>	

APORTES Y SUGERENCIAS


MÁX VALVERDE VÁSQUEZ
 PSICÓLOGO
 PSICÓLOGO DEPORTIVO

Nombre y Firma

Fecha: 03/05/19

11	Consideras que la comunicación pasiva puede afectar a una buena orientación para llevar a cabo una actividad.	/
12	Consideras que la comunicación no verbal es importante para saber que quiere transmitir la persona.	/
13	La agresividad física que desarrolla una persona lo genera en un ambiente familiar.	/
14	Consideras que la agresividad verbal se genera dependiendo del entorno de la persona.	/
15	La agresividad psicológica depende del estado emocional de la persona.	/
16	Consideras que la empatía varía dependiendo el género de la persona.	/
17	Consideras que la edad influye en la empatía con las personas.	/
18	La localidad de cada persona varía en la empatía que pueda mostrar.	/

APORTES Y SUGERENCIAS

.....

Fecha:

Pedro Uriarte Luyes

Nombre y Firma




EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

"PORTADAS DE DIARIOS DEPORTIVOS Y COMPORTAMIENTO SOCIAL EN JÓVENES DE 20 A 29 AÑOS EN EL DISTRITO DEL CALLAO- CERCAO, 2019"

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Primera variable	1	En las portadas de los diarios deportivos, los titulares cuentan con claridad en cuanto lo que quieren expresar e informar.		/
	2	Está de acuerdo que los titulares utilizan mucho el lenguaje connotativo en las portadas de los diarios deportivos.		/
	3	Está de acuerdo que los colores de los titulares influyen en la importancia de la noticia.		/
	4	El tamaño de la fotografía de una portada de periódico es importante.		/
	5	Las ilustraciones que se muestran en las portadas de los diarios deportivos son importantes.		/
	6	Las fotografías en movimiento de las portadas de los diarios deportivos son importantes.		/
	7	Considera que las estadísticas de las portadas de los diarios deportivos son importantes.		/
	8	La información complementaria que se muestra al lado del titular en las portadas de los diarios deportivos es de importancia.		/
	9	En las portadas de los diarios deportivos se muestran también información adicional, considera que ayuda a mantener enganchado al lector.		/
Segunda variable	10	Consideras que la comunicación asertiva es importante para la toma de decisiones.		/