



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

Apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en
residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Avila Torres, Edwar Jesus (orcid.org/0000-0003-4672-1375)
Villavicencio Usmo, Fernando Andre (orcid.org/0000-0002-7822-9492)

ASESOR:

Mg. Santillan Arruz, Jose Santos (orcid.org/0000-0002-5658-9710)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación en primer lugar a Dios por darnos la destreza para formar este trabajo de investigación, a nuestros padres por el cariño y afecto brindado a lo largo de nuestras vidas y a nuestros maestros que nos apoyaron a lo largo de nuestra formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradecer en esta investigación a nuestros padres, hermanos y otros familiares que es de mayor apoyo a lo largo de la carrera universitaria, también a los docentes por guiarnos para realizar esta investigación, a la Universidad por la oportunidad de ejercer la carrera profesional y al asesor por enseñarnos a fortalecer y organizar nuestro estudio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.1.1. Tipo de investigación aplicada.....	18
3.1.2. Enfoque Cuantitativo.....	18
3.1.3. Diseño de Investigación	18
3.2 Variables y operacionalización	19
3.2.1. Variable: Programa Deportivo.....	19
3.2.2. Dimensiones	19
3.2.3. Indicadores.....	27
3.3. Población, muestra y muestreo	20
3.3.1. Población	20
3.3.2. Muestra	29
3.3.3. Muestreo	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.4.1 Técnica.....	22
3.4.1 Instrumento	22
3.4.1 Cuestionario	23
3.5 Procedimientos	24
3.6 Método de análisis de datos	25
3.7 Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS.....	27
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES.....	36

REFERENCIAS	38
VIII. ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: RANGO DE EDAD.....	22
TABLA 2: RANGO DE GÉNERO	22
TABLA 3: VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	23
TABLA 4: ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD.....	24
TABLA 6: ESTADÍSTICA DE RESULTADOS.....	28

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito conocer la apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022”.

El programa deportivo “Erick y Gonzalo”, fundado el 8 de noviembre de 2020, tiene como intención en informar y entretener sobre los eventos deportivos. Otros de los motivos de la creación, fue en juntar nuevamente a los periodistas Erick Osore y Gonzalo Núñez.

Esta investigación plantea una investigación de enfoque cuantitativo, tipo aplicada de nivel descriptivo y con diseño no experimental de corte transversal.

La muestra estuvo conformada por 101 residentes de Canto Grande, ubicados en el distrito de San Juan de Lurigancho. El instrumento empelado fue el cuestionario de 12 preguntas o ítems, donde la técnica fue la encuesta, sus respuestas fueron accedidas por la escala de Likert. Asimismo, se llegó a contar con tres expertos para la validar el instrumento utilizado.

Los resultados obtenidos, revelan que el 40,6% de los encuestados tienen una apreciación positiva con el programa deportivo “Erick y Gonzalo”, reproducidas en las redes sociales.

Palabras clave: Programa deportivo, redes sociales, información, periodismo deportivo, usuarios.

ABSTRACT

The purpose of this research was to learn about the appreciation of the sports program "Erick y Gonzalo" among residents of Canto Grande, S.J.L., 2022".

The sports program "Erick y Gonzalo", founded on November 8, 2020, is intended to inform and entertain about sporting events. Another reason for its creation was to bring journalists Erick Osoreo and Gonzalo Núñez together again.

This research proposes a quantitative approach research, applied type of descriptive level and with a non-experimental cross-sectional design.

The sample consisted of 101 residents of Canto Grande, located in the district of San Juan de Lurigancho. The instrument used was a questionnaire of 12 questions or items, where the technique was the survey, the answers were accessed by the Likert scale. Likewise, three experts were used to validate the instrument.

The results obtained reveal that 40.6% of the respondents have a positive appreciation of the sports program "Erick and Gonzalo", reproduced in social networks.

Keywords: Sports program, social networks, information, sports journalism, users.

I. INTRODUCCIÓN

El periodismo se caracteriza por tener especialidades en el tratamiento informativo, por ejemplo, existe el periodismo político, policial, de espectáculo, económico y de deportes. La variedad de los contenidos que ofrece atrae a muchas personas, que buscan los medios tradicionales como el escrito, radial y televisivo, así como los digitales, fundamentalmente las redes sociales. La especialización de la información deportiva es percibida como entretenimiento, para tener un respiro frente a las actividades cotidianas de las personas, no obstante, la función del periodista es informar con veracidad y actualidad.

Asimismo, el significado de esta especialidad en el periodismo deportivo, se fundamenta en recopilar información, lo cual juega un papel importante por la cobertura de distintas disciplinas. Añadiendo, esta sintonía emite comentarios o posiciones en distintos medios de comunicación.

En la actualidad, existen algunos medios de comunicación que apuestan en realizar los contenidos deportivos debido al enfoque moderno al momento de difundir la información. El estilo informativo del periodismo deportivo, ha cambiado a través de las redes sociales, donde se emplea una atracción, precisión y accesibilidad en el mensaje.

El avance de las redes sociales ha permitido evolucionar hacia nuevos conceptos de comunicación, donde cada usuario es un miembro valioso. Así mismo, no todas las redes sociales tienen el mismo objetivo, cada una mantiene una percepción diferente que de igual manera benefician a los comunicadores. Los medios de comunicación tradicionales y digitales, aprovechan en realizar transmisiones que causen interés en muchas personas. Estas emisiones deportivas en su mayoría se encuentran en los medios informativos como la radio o televisión, sin embargo, el público no tiene una participación activa, caso contrario sucede en las redes sociales, donde cada usuario puede interactuar, reaccionar con likes, compartir transmisiones y hasta realizar donativos.

En esta ocasión, se hará mención al programa deportivo “Erick y Gonzalo”, fundado a finales de 2020. Las finalidades de esta producción constan en informar y entretener los sucesos nacionales e internacionales en el mundo deportivo, proyectándose en las redes sociales como Facebook y YouTube.

La decisión de formar parte en este formato virtual, se debe a la situación vivida por la pandemia, ya que mejoraría ampliamente el uso del Internet.

Otros de sus propósitos fueron también en juntar a los personajes tal como lo indica su nombre, a los periodistas Erick Osoreo y Gonzalo Núñez. La idea surgió en unir a los periodistas por la forma que conducían el programa dominical, Fútbol en América.

De esta manera, durante los meses el programa deportivo fue creciendo, donde llegaron a enganchar a un público específico. En ese sentido, se metió a la competencia digital de otros programas deportivos que emiten en las plataformas digitales como Facebook y YouTube. Los programas que se llegan a emitir en las herramientas mencionadas, fue a través del Streaming. La emisión multimedia permite a los usuarios a participar activamente de manera sencilla y rápida.

El Streaming alude a contenidos multimedia de corriente continua que se establecen en los medios digitales. Esta particularidad puede ser en vivo o grabada. Esta distribución digital opera en los dispositivos tecnológicos, como los celulares, computadoras, tablets, entre otros. Actualmente, las producciones audiovisuales destacan sus plataformas con el Internet, siendo atractivo en la transmisión y distribución de los contenidos.

Por otro lado, abre nuevas oportunidades de negocio para productores y comunicadores. El público encuentra el contenido tan atractivo como rentable para sus creadores. En pocas palabras, este sistema de comunicación surge en la interrelación, mejorando el potencial de muchos proyectos audiovisuales.

La interacción del público es crucial en los programas deportivos; gracias a este formato, genera grandes reproducciones. Así mismo, los participantes comentan a través de un chat al momento de visualizar la transmisión. Estas opiniones en las redes sociales lo realizan de manera inapropiada o sin filtro, debido a estas acciones generó grandes diversidades de reacciones, este nuevo estilo radicó la estructura original que proponen los medios tradicionales.

La programación deportiva en los medios digitales se desplegó de manera positiva por la relación directa en los espectadores, siendo involucrados del día a día en los eventos deportivos. De acuerdo a De Vita (2018), los programas deportivos en los medios digitales destacan la cobertura periodística en tiempo real, mejorando las características de los profesionales, perfeccionando la precisión en sus notas, comentarios y entrevistas. Este trabajo profesional tiene la intención de mejorar y contribuir la información de manera rápida y fluida, contando con la participación del público, elemento fundamental para realizar esta destreza laboral.

Otro factor importante que presentan las producciones deportivas digitales, es la falta de anunciantes, por temas de confianza, las empresas grandes o pequeñas apostarán por los medios tradicionales, sin embargo, el punto calibre para conseguir publicidad es a través de los canjes, donde no hay dinero de por medio. El significado del canje busca que el producto y servicio de una marca quede en manos de los representantes, convirtiéndose como proceso rentable al contener respuestas positivas de parte del espectador, siendo una buena estrategia en las marcas que influye el interés de ejecutar este tipo de publicidad.

Con la realidad definida nos permite sustentar el **problema general** de esta investigación ¿De qué manera la apreciación del programa deportivo "Erick y Gonzalo" influyen a los residentes de Canto Grande, SJL, 2022? Y los **problemas específicos** se plantean las siguientes preguntas. ¿De qué manera la participación en el programa deportivo "Erick y Gonzalo" influyen a los residentes de Canto Grande, SJL, 2022?, ¿De qué manera la pauta en el programa deportivo "Erick y Gonzalo" influye a los residentes de Canto Grande, SJL, 2022?, ¿De qué manera la información en el programa deportivo "Erick y Gonzalo" influye a los residentes de Canto Grande, SJL, 2022? Y ¿De qué manera los contenidos en el programa deportivo "Erick y Gonzalo" influye a los residentes de Canto Grande, SJL, 2022?

Como **justificación teórica**, este trabajo de investigación ha sido llevado a cabo con la finalidad de sumar conocimiento sobre la apreciación del programa deportivo "Erick y Gonzalo", cuyo estudio accede a que los resultados ayuden a concretar como referencia en otros trabajos de investigación.

En la **justificación práctica**, en esta investigación buscará percibir los resultados obtenidos sobre la apreciación que los usuarios tienen en el programa deportivo “Erick y Gonzalo”. De este modo, reconocer los resultados obtenidos, en este estudio ya que servirá en distintos proyectos que quieran distinguir el desarrollo sobre los proyectos audiovisuales.

Así mismo, la **justificación metodológica** de esta investigación asignó un instrumento válido por expertos para recoger la información sobre los programas deportivos en un determinado lugar. Los resultados conseguidos accedieron a determinar distintas conclusiones.

Finalmente, apoyará más investigaciones de base universitaria, particularmente en el campo de Derechos y Humanidades, reforzando los aspectos analíticos y empleando una de las habilidades más importantes de un comunicador: estudiar y observar los cambios de la tecnología en los seres humanos.

Esta investigación sostiene como **objetivo general** en conocer la apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, SJL, 2022. Asimismo, los **objetivos específicos** son: Conocer la apreciación de la participación en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022. Identificar la apreciación de la pauta en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022. Detallar la apreciación de la información en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022. Identificar la apreciación de los contenidos en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En seguida, se manifiesta las definiciones de la variable de estudio y los enfoques conceptuales que las acompañan. También, se mostrará los siguientes antecedentes nacionales e internacionales.

Con respecto a los **antecedentes nacionales**, Diaz (2020), presentó su trabajo de investigación titulado “Uso de la red social Facebook en el periodismo deportivo peruano. Análisis de los fans page de los clubes de fútbol de la Liga 1 Movistar” para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo. Establece como objetivo principal analizar el uso de la red social Facebook en cuanto al periodismo deportivo, a través del estudio de las fans page de los clubes de fútbol de la Liga 1 Movistar.

El autor utilizó el enfoque cualitativo, diseño no experimental y de método descriptivo. Su población estuvo conformada por cuatro fans page de clubes de fútbol de la liga 1 Movistar con más cantidad de seguidores, entre ellos se encuentra Alianza Lima, Universitario de Deportes, Sporting Cristal y Sport Boys.

El autor concluyó en su investigación que la red social Facebook permite interactuar con los seguidores, además, mantiene actualizado a los usuarios con acontecimientos en el ámbito deportivo.

Cuba (2019), en su trabajo de investigación titulado “La influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo según los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza” para obtener el grado académico de Bachiller en Periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza. Establece como objetivo principal determinar el nivel de influencia de las redes en el desarrollo de los alumnos.

El autor empleó el enfoque cualitativo, diseño transversal y de método de la pirámide invertida, la población estuvo conformada por los alumnos de décimo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y tuvo su muestra de 100 estudiantes.

En esta investigación, concluyó que existe influencias en la información deportiva por los líderes de opinión en los alumnos de décimo ciclo, así mismo, en sus encuestas indican que el 52.3% de la credibilidad informativa es alta, pero también el 47,7 consideran que esta información no contiene credibilidad debido a la falta de argumentos presentados en la noticia.

Iglesias & Romero (2020), en su trabajo de investigación titulado "Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo, 2020" para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada Antenor. Presentaron como objetivo principal describir el uso de la red social Facebook de parte de los periodistas deportivos, Trujillo 2020. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y diseño descriptivo.

La población estuvo conformada por un total de 50 periodistas deportivos de Trujillo integrantes de la Asociación de Periodistas Deportivos de Trujillo y el Círculo de Periodistas Deportivos de Trujillo, tuvo una muestra de 20 periodistas deportivos. Concluyen que las redes sociales pueden transmitir información debidamente organizada.

La red que mayormente usan en las emisiones es en Facebook, su principal objetivo es mitigar los hechos y datos de interés, en este caso en el sector deportivo. Otro concepto que incluyen, es el propósito de los comunicadores ante la red social, en sus encuestas indican que el 77% lo utilizan con la intención de informar, mientras que el 23% señala que lo dispone solo para promocionar. En otras palabras, los comunicadores vinculan su contenido con la finalidad de transmitir datos novedosos en su mayoría de carácter informativo.

Castillo, Horna & Quiroz (2019) en su trabajo de tesis "Representaciones sociales sobre el periodismo deportivo en los estudiantes de ciencias de la comunicación en Trujillo", su objetivo principal plantea en comprender las representaciones sociales que tiene el periodismo deportivo en la población de estudio.

La investigación fue aplicada con enfoque cualitativo. Los autores utilizaron un Focus Group para comparar y contrastar aspectos de las representaciones sociales con las respuestas de los interrogados.

El estudio concluye que el periodismo deportivo es un tipo de comunicación dedicada a entretener y difundir información sobre diversas disciplinas deportivas, en particular el fútbol, un deporte que despierta pasiones entre los aficionados a la vez que une a las comunidades. Además, creen que esta área del periodismo ahora es más dinámica y tiene un estilo más ameno a la hora de difundir noticias.

Capello (2021, p.35), en su artículo científico titulado “El telespectador digital. Recepción y consumo televisivo por otras plataformas en Lima Metropolitana” publicado en la Revista Científica de Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

El objetivo de este estudio es formar parte de las indagaciones en el consumo digital, basándose al desarrollo que tuvo el entretenimiento virtual. Además, se fortaleció esta investigación en el Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima.

El desarrollo de este artículo se abarcó en dos metodologías, la cualitativa y cuantitativa, de esta manera determinó de como los jóvenes y adultos de Lima Metropolitana manipulan sus teléfonos móviles para ver programaciones digitales.

Así mismo, con respecto a **los antecedentes internacionales**, Lucas, Tolozano & León (2020), en su artículo científico titulado “Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador”, publicado por la Universidad de Zulia, Ecuador.

Tiene como objetivo en describir las estrategias comunicacionales usadas actualmente en el periodismo deportivo. Además, identifica como los medios de comunicación son mejor utilizadas en la información deportiva, por otro lado, indica que, al promover el deporte, el estilo periodístico cambió rotundamente variándose en su función principal.

La metodología de este artículo científico es de tipo descriptiva y documental, incluyendo textos bibliográficos y medios electrónicos. Esta información confirma que el periodismo deportivo se está caracterizando como uso de espectáculo o show, demostrando la falta de profesionalismo y conocimientos sociales.

Cueva (2021), en su artículo científico titulado “Sports journalism with specialization” (Periodismo deportivo con especialización), publicado en la Revista ComHumanitas.

Su objetivo en esta investigación, indica de como el periodismo deportivo tiene un mayor enfoque como especialización en la facultad de comunicación, asimismo, esta rama profesional marca nuevas tendencias para mejorar el aspecto periodístico.

La metodología de esta investigación científica es cualitativa, donde los resultados encontrados fueron a través de profesionales de la rama del periodismo deportivo. De esta manera, realizó una encuesta a narradores de distintos deportes con la intención de verificar si los aspectos de locución o contenidos mejoran la influencia de la comunicación.

Para Rentería (2019), en su artículo científico titulado “Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo”, publicado en el portal Estudios Working Papers por la Universidad Estatal de Guayaquil, Ecuador.

El objetivo de esta investigación, es analizar los acontecimientos que contiene las redes sociales, a su vez observar la jerarquía que tiene en el periodismo deportivo. Se añade que, busca el crecimiento masivo de la información en los cibernautas.

La metodología que fue utilizada es de carácter descriptivo, de campo, exploratorio y explicativo. El enfoque se caracteriza en un estudio mixto, considerando las estadísticas para proceder los espectros que tiene los movimientos de los medios digitales en la producción deportiva.

Núñez (2021), en su artículo científico llamado “Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes”, compartido en el portal PerDebate de la Universidad San Francisco de Quito, en Ecuador.

El objetivo de este estudio fue analizar la calidad periodística de los contenidos informativos en los medios digitales, ya que en Ecuador carecen de cierta profundización de investigación en afrontar buenas fuentes informativos en los deportes. En este caso, menciona sobre los conceptos no investigados sobre el mercado de pases del fútbol ecuatoriano.

La metodología de este estudio fue cualitativa, ya que realizó una matriz donde identifica la información de las páginas webs en Ecuador que carecen de buena fuente a base de los temas mencionados. Asimismo, comprobó a través de entrevistas en profesionales sobre los contenidos actuales en el periodismo deportivo.

Esta investigación concluyó que, actualmente las proyecciones del sector deportivo, en su mayoría presentan poca investigación conveniente, ya que solo se enfocan en la primicia sin corroborar bien la información.

Allan & Peters (2020) en su artículo científico titulado “The Visual Citizen in a Digital News Landscape”, publicado por Oxford Academy en su portal web International Communication Association.

La contribución de este artículo de investigación se centra en como el periodismo causa una mirada heurística. De este modo, explora los movimientos mediáticos de la información periodística. Además, llegaron a reconocer la diferencia entre lo tradicional y virtual, un concepto que evalúan para darle más importancia al periodismo digital.

A continuación, concretamos la definición de las bases teóricas, las variables y sus respectivos indicadores. Además, concretar los enfoques conceptuales.

Para la presente investigación, se consideró la teoría de la comunicación simétrica bidireccional, aplicando el método estructural de James Grunig y Todd Hunt (2000).

La comunicación simétrica bidireccional, es aquel estudio que demuestra como el receptor y emisor cambian los papeles de manera perpetua mediante un mensaje. Asimismo, la comunicación que emite una marca o personaje puede contener respuestas negativas o positivas de parte del público. De esta manera, fomenta una reacción indispensable para iniciar una comunicación.

Esta teoría plantea en profundizar el estudio de las marcas con el marketing tradicional, sobre todo finaliza un acercamiento con la “persuasión científica”. En ese sentido, esta hipótesis quiere señalar que las relaciones simétricas bidireccionales, estudia el comportamiento del público, donde la información debe ser influida o retroalimentada a un sector que genere participación favorable en tu producción.

Dentro de la biografía de los autores, Grunig y Todd, describen en sus investigaciones otros cuatro tipos de analogía en la comunicación bidireccional. Dentro de sus tipos se encuentra, el “*Modelo de agente de prensa/notoriedad*”, “*Modelo de información pública*”, “*Modelo asimétrico de doble sentido*” y el “*Modelo simétrico de doble sentido*”.

La siguiente teoría referenciado será de los dos pasos, planteado por Paul Lazarsfeld y Elihu Katz en un trabajo de investigación encargado por el gobierno de los Estados Unidos, se requería calcular la influencia de los medios de comunicación ante los estadounidenses en su decisión de voto ‘El proyecto’ fue publicado en un libro titulado Personal Influence en 1955.

Esta teoría se basa en que los medios de comunicación no intervienen directamente en el concepto de los receptores puedan tener de cierto tema en específico, son los líderes de opinión quienes realizan este cambio de ideas. Además, la relación con las personas del alrededor, cómo son la familia, amigos, etc. quienes influyen también en la construcción de una definición sobre un tema.

Con respecto a la variable **programa deportivo**, la producción deportiva ha evolucionado gracias a los avances tecnológicos con la finalidad de transmitir información relacionada al deporte. Esta modalidad llegó para informar de manera rápida y efectiva. La comunicación deportiva en las redes sociales cambia la seriedad en su noticia al integrarse en el sentimiento de los aficionados.

Según Naranjo (2017) esta herramienta cambió radicalmente la dinámica que contenía los medios tradicionales, la sociedad aceptó los nuevos formatos en los contenidos deportivos para buscar oportunidades de interactuar con los emisores.

Por otro lado, según Feijo (2019) los **programas deportivos** digitales tienen tanta influencia y amplio alcance deportivo, que las comerciales comienzan a participar, asegurando un posicionamiento social y económico. Con esta labor, los periodistas deportivos constantemente mantienen su proyecto en los medios digitales.

En resumen, los programas deportivos que participan en los medios digitales, revolucionaron el trabajo de los periodistas de diversas maneras, las redes sociales se transformaron en el vínculo inicial para llevar la información a cualquier parte del país o mundo sin sujetarse en los medios de comunicación tradicionales. Además, estos proyectos generan remuneración al adquirir alianzas con diversas empresas.

Los programas deportivos, presentan como primera dimensión la **información**, asimismo, para Grunig y Hunt (2000) involucran que los asuntos informativos radican en un proceso para buscar un asunto de interés o problemático. La percepción del público será la mayor oportunidad donde se llegará a influir la información.

Los datos que puedan ser recogidos por las fuentes tienen que ser filtrados de posibles falsedades, López (como se citó en Suarez, 2020) cree que la variación de fuentes es importante, además, “ayudar a contrastar lo sucedido y ampliar la información disponible sobre un hecho”. En otros términos, cuantas más fuentes consigas, más probabilidades se tendrá para obtener respuestas en la información.

A continuación, se definirán los indicadores de la primera dimensión, **Información**:

El primer indicador es **noticias** para (Jiménez & Ramos, 2013 como se citó en Llagas & Zapata, 2016) “La mayor parte de las noticias son generadas por un número fundamental de individuos, la más grande parte son personas públicas y otras se transforman en noticias. Todos ellos son fuentes de información”.

Sobre las **entrevistas**, la segunda variable, “las entrevistas se redactan en columnas, pero sus propiedades se apartan con claridad de una columna, entendida ésta última como un género de crítica en el presente del periodismo”. (Velázquez, Gutiérrez, & Salcedo, 2005 como se citó en Llagas & Zapata, 2016).

Las **opiniones**, como tercer indicador de Información, según Gonzáles (1999) lo más destacable en la información es lo que el periodista quiere expresar en esas líneas, además los juicios o comentarios son manifestación de su punto de vista solicitando algún tipo de reacción en específico del público.

La **nota informativa**, como cuarta y último indicador de Información, para Cuenca (2022) esta modalidad adquiere procesos actualizados en la comunicación informativa. Gracias a la digitalización, la producción de las notas informativas convierte a los periodistas en ser un profesional más exigente, mejorando sus cualidades en lo laboral.

Como segunda dimensión se presenta la **pauta**, de acuerdo a Guzmán (2018, p.52) “Es necesario incluir una variedad de pensamientos en una producción, así como organizar los materiales, para determinar qué se debe realizar al principio y final de un proceso de desarrollo”, además el autor nos resalta la estructura del guion, “contiene tres elementos importantes sobre la organización de la estructura: El arranque, cuerpo o desarrollo y el cierre o final.

Asimismo, sus indicadores, Guzmán (2018, p.97) se refiere la relación de la producción con el **guion literario**, “La redacción del guion es clara y concisa, muestra una estructura coherente y su edición es ágil muestra versatilidad”.

Por otro lado, es importante entender la estructura que tiene el **guion técnico** como es el inicio, desarrollo y final, y las características que trae este esquema, como son el lenguaje y los contenidos audiovisuales que traerá consigo para obtener el producto final.

La tercera dimensión como **participación**, favorecen a la comunidad ya que le admite una comunicación inmediata y rápida. Este concepto conlleva con el fin de contribuir que los participantes contengan una relación directa, así lo indica Figueroa (2020).

Como primer indicador de participación, las **reacciones**, señalado por Rubio (2016), es una expresión que forja la estimulación emocional vinculado ante una identidad involucrándose en una acción. En caso de las redes sociales, experimenta una permutación semiótica donde conecta una participación activa, la reacción asiste que las producciones instauran popularidad.

Los **comentarios**, segundo indicador de participación, según Librado (2016), es la capacidad de los seres humanos que garantiza un enunciado verdadero sin tener garantía de validez. Los comentarios buscan aportar información con la intención de participar para provocar reacción dentro de un espacio.

Las **vistas**, como tercer indicador; son el soporte del producto, en ese sentido, del programa. Es la base y seguridad para que sigan ganando seguidores e incrementando el número de vistas, lo indica Osorio (2020).

Conforme con Mayhuasca (2018) las **interacciones** son consecuencias de un público establecidos y un acontecimiento social, ambos coinciden con sus intereses, valores y creencias.

La cuarta dimensión, los **contenidos** audiovisuales, son herramientas que permite saber los componentes de la unidad didáctica, a su vez procede mejorar la información que establece un medio de comunicación, captando una buena reacción ante el público. Así lo menciona Gutiérrez (2020).

En su primer indicador **post** o textos publicados, señala Vilca (2019) que este espacio es apreciado como un artículo publicado en el Internet donde se muestra las referencias de una información posteada. También, vincula estos textos como un menester para mejorar la forma correcta en el lenguaje escrito.

En los **vídeos**, de acuerdo con Arias (2017), sostiene que este sistema es aprovechado en los medios digitales de acuerdo a su formato técnico que instituye, esta forma de trabajo se emplea por su notable avance y facilidad que ofrece al desarrollar con buenos aspectos en lo audiovisual.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación aplicada

En esta finalidad, esta investigación será de tipo aplicada. Según CONCYTEC (2018, p.2), estas investigaciones conducen a transformar las investigaciones en un conocimiento científico y permite proceder el desarrollo de una necesidad.

3.1.2. Enfoque Cuantitativo

Respecto al enfoque planteado, esta investigación será de enfoque cuantitativa. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.470) indican que una investigación de tipo cuantitativa dispone de procesos que cumple una secuencia y pueden ser probatorios. Cada etapa o estado anterior al siguiente es inmutable y necesario.

Quiere decir, el orden es fundamental para permitir manejar diferentes cambios en algún periodo. Parte de un concepto en crecimiento, se desarrollan los objetivos e interrogantes en la investigación una vez definido.

Nivel descriptivo

Según su nivel, esta investigación es descriptiva. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.92) implica en describir los fenómenos de diversas situaciones o detallar cómo se manifiestan, identifica las características de un objeto que se sujeta a un análisis.

3.1.3. Diseño de Investigación

Esta investigación, tendrá un diseño no experimental, ya que no se manipulará el manejo de las variables, son analizadas en su estado natural. Para Hernández (2014) las situaciones que se hallan en las variables en este tipo de diseño, no cambian ya que no hay manera de regular sus efectos.

Además, corresponde de corte transversal ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.154) Su objetivo es describir las variables y analizar su impacto e interrelaciones en un momento dado. Es como “tomar una foto” de algo que sucede.

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1. Variable: Programa Deportivo

3.2.1.1. Definición conceptual:

Para Pérez, Santos & Meso (2015, p.143) sostienen que los programas deportivos constituyen un espacio propio de gran resultado debido a la consideración que se le otorgó al deporte, su comunicación de este estudio indica que en los programas deportivos alcanzan a ocupar la mayor parte en los espacios informativos.

3.2.1.2. Definición Operacional:

Los programas deportivos cumplen con las siguientes características: información, creatividad, práctica al contenido del mensaje. Con estos conceptos se cumplirán los efectos que acuden ante la sociedad.

3.2.2. Dimensiones

Programa Deportivo:

3.2.2.1 Dimensión: Información

Es una acción de garantizar un mensaje a un sujeto.

3.2.2.2 Dimensión: Pauta

Es una guía para determinar una acción.

3.2.2.3. Dimensión: Participación

Intervención ante un acontecimiento, se puede generar como un acto.

3.2.2.4. Dimensión: Contenidos

Es el procedimiento de adquirir conceptos recientes para aportar actualizaciones.

3.2.3. Indicadores

Programas Deportivos:

3.2.3.1. Dimensión Información

Indicador 1: Noticias

Indicador 2: Entrevistas

Indicador 3: Comentarios

Indicador 4: Nota informativa

3.2.3.2. Dimensión Pauta

Indicador 1: Guion literario

Indicador 2: Guion técnico

3.2.3.3. Dimensión Participación

Indicador 1: Reacciones

Indicador 2: Comentarios

Indicador 3: Vistas

Indicador 4: Interacción

3.2.3.4. Dimensión Contenidos

Indicador 1: Post

Indicador 2: Videos

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Al respecto, según Hernández (2014, p.6) menciona que la población pertenece a un grupo de personas dentro de un sector ubicado; quiere decir, demuestra la referencia del grupo, conjunto o total de sus componentes sobre los cuales se realizará la investigación o estudio.

La población estará conformada dentro de la investigación por 135 personas que son residentes en Canto Grande, localizado en el distrito de San Juan de Lurigancho. De acuerdo a la metodología de la investigación, se presentan a continuación los criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de inclusión:

- Los residentes de Canto Grande tienen entre 19 a 30 años de edad.
- Los residentes de Canto Grande son de ambos sexo, varón y mujer.
- Los residentes de Canto Grande conocen el sector deportivo.

Criterios de exclusión:

- Los residentes que no conocen en absoluto los contenidos deportivos.
- Personas recurrentes en Canto Grande.
- Residentes de Canto Grande con rango de edad de 18 a menos y 31 a más.

3.3.2. Muestra

Para detallar la muestra de la presente investigación estuvo establecido por 101 residentes de Canto Grande, ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho. Al respecto, Hernández (2014, p.173) explica que la muestra es el resultado de un grupo disminuido en la población, lo cual proporciona obtener datos estadísticos.

Fórmula de cálculo de la muestra

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Muestra

	Población	135
Error	e=	5%
Nivel de Confianza	Z= (95%)	1.96
Muestra	n=	101

3.3.3. Muestreo

3.3.3.1. Muestreo probabilístico

Según Hernández (2014, p.175) detalla que los elementos proporcionados de una población sostienen una probabilidad de ser seleccionados por la muestra, siempre y cuando se distingue las particularidades en común para ser elegidos de manera aleatoria o mecánica según su análisis.

Tabla 1: Rango de edad

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
19	1	1%
21	4	4%
22	11	11%
23	32	31%
24	27	27%
25	9	9%
26	4	4%
27	4	4%
29	5	9%
30	4	4%

Tabla 2: Rango de género

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUJER	42	42%
HOMBRE	59	58%

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica

La técnica utilizada en esta investigación fue a través de una encuesta.

3.4.1.1. Encuesta

Según López & Fachelli (2015, p.11) la encuesta es la técnica de la investigación que ha trascendido dentro del campo de la investigación científica, esta habilidad ayuda a conocer las participaciones y aspectos de la sociedad.

3.4.2. Instrumento

Se aplicó usar un cuestionario, mediante un formulario de escala tipo Likert que se empleará a los seguidores de las redes sociales en un programa deportivo.

Como instrumento se emplea el cuestionario, se alega que el cuestionario es una herramienta de preguntas que contienen un vínculo con variables posteriormente

medidas. Es por ello que para esta investigación se analizará a los seguidores de Facebook de un programa deportivo. (Hernández, 2014, p. 217)

3.4.3. Cuestionario

“El Cuestionario es el procedimiento para obtener diferentes datos durante una investigación, este instrumento evalúa a las personas dirigidas en un proceso científico. También abarca aspectos cualitativos y cuantitativos.

3.4.4. Validez del Instrumento

El instrumento de la presente investigación, fue validado por tres expertos profesionales.

Tabla 3: Aiken (Aprobación de expertos)

EXPERTOS	APLICABLE
Mg. Mariela Pariona Benavides	0.78 Valido
Dr. Teófilo Donaires Flores	0.78 Valido
Mg. Denis Rubén García Gutiérrez	0.89 Valido

Para López (2019) la validez del instrumento contiene un alcance científico, este procedimiento asimila las características de una investigación, este trabajo metodológico propone validar el concepto científico estudiado.

3.4.5. Confiabilidad

Para Muñoz (2015), la confiabilidad es la congruencia de los datos conseguidos. Detalla que la confiabilidad debe tener una relación con la técnica aplicada e instrumentos realizados en la investigación, consiguiendo resultados.

Fórmula Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

S_i^2 : Sumatoria de las variables de cada ítem.

S_T^2 : La varianza de la suma de los ítems.

K: Número de ítems

A continuación, se presenta el cuadro de confiabilidad.

Fórmula Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

S_i^2 : Sumatoria de las variables de cada ítem.

S_T^2 : La varianza de la suma de los ítems.

K: Número de ítems

A continuación, se presenta el cuadro de confiabilidad.

Tabla 4: Estadística de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,712	12

Se pudo obtener como resultado un coeficiente de 0,449, estableciendo que el instrumento aplicado es una confiabilidad verídica.

3.5 Procedimientos

El procedimiento consistió en recolectar datos mediante una encuesta en los residentes de Canto Grande. De esta manera, el establecimiento de este proceso será de manera presencial. Además, los residentes encuestados seleccionaran opciones convenientes en cada pregunta, para este proceso se aplicó la escala de Likert.

FICHA TÉCNICA N°1	
TEMA DE INVESTIGACIÓN	Encuesta: "Apreciación del programa deportivo "Erick y Gonzalo" en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022."
AUTORES	Ávila Torres, Edwar Jesús Villavicencio Usmo, Fernando André
LUGAR	Canto Grande, San Juan de Lurigancho
AÑO	2022
ADMINISTRACIÓN	La encuesta se dio de manera presencial e individualmente por encuestado.
DURACIÓN	Se dio un tiempo de 6 minutos por cada encuestado.

3.6 Método de análisis de datos

Los datos reunidos en este proyecto de investigación serán procesados en el programa estadístico (SPSS), lo cual nos permitirá hacer cálculos importantes para llegar a interpretarlos, permitiéndonos a identificar las conclusiones.

Alfa de Cronbach

Taupanta, Duque & Mena (2017): “Son instrumentos que solicita una sola administración ante el instrumento de medición, produciendo ciertos valores que pueden indicar estar de acuerdo o desacuerdo. Este procedimiento simplemente utiliza la medición calculando el coeficiente” (p. 39).

Fórmula de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

V de Aiken

Escurra, L. (1998), indicó que la V de Aiken accede cuantificar la relevancia de los ítems a partir de la clasificación de N jueces. Este proceso concede en obtener la facilidad el cálculo y la evolución estadístico a través de los resultados.

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó respetando los conceptos metodológicos de investigación, llegando a conocer los niveles de participación en los usuarios en un programa deportivo por las redes sociales. En este punto, se mostrará la veracidad de los resultados presentados, ayudando así a los residentes de nuestro campo elegido.

De esta manera, los datos recolectados tendrán unos procedimientos para validar y obtener una confiabilidad en la encuesta. Así mismo, al momento de realizar la investigación se recurrió a través de 3 expertos para validar nuestro instrumento.

Beneficencia. La presente investigación busca distintos beneficios acerca de los niveles de participación en un programa deportivo en los residentes de Canto Grande, lo cual se busca identificar si existe un interés de los nuevos movimientos audiovisuales por la vía web.

Confidencialidad. En este punto se impulsa ante la recolección de datos, permitiéndonos conseguir información de diferentes puntos en nuestra investigación. Este proyecto se verifica los datos específicos sobre la encuesta realizado, consiguiendo datos importantes para evaluar los niveles de participación en los programas deportivos.

IV. RESULTADOS

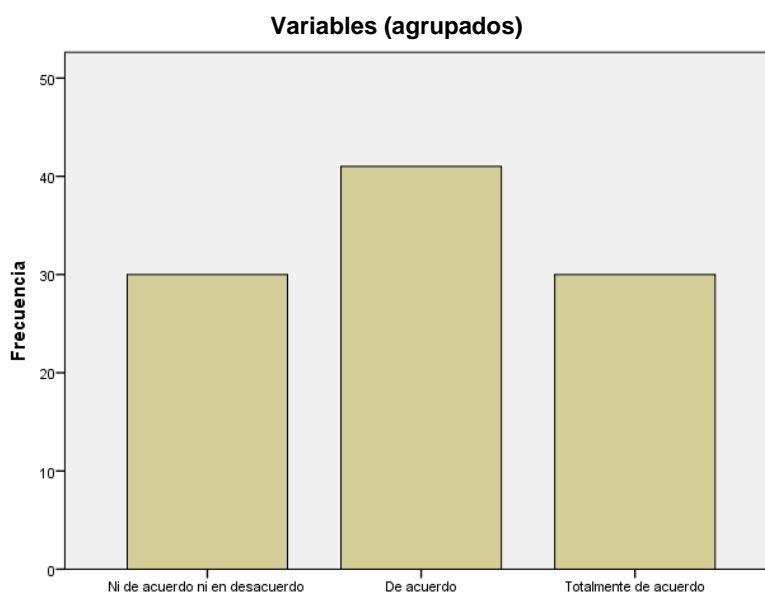
Objetivo principal

Tabla 5:

Conocer la apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, SJL, 2022.

Variables (agrupados)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	29,7	29,7	29,7
Válidos De acuerdo	41	40,6	40,6	70,3
Totalmente de acuerdo	30	29,7	29,7	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Figura 1



Interpretación:

Según el gráfico, nos muestra que el 40,6 % de las personas encuestadas están “de acuerdo” en apreciar el programa deportivo “Erick y Gonzalo”, mientras que el 29,7% indican que están “totalmente acuerdo”; asimismo, el 29,7 indicó que su aprecio se encuentra en “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

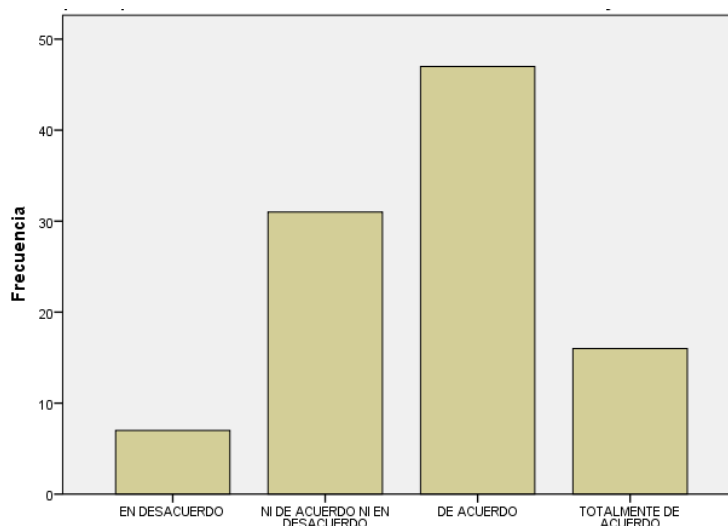
Objetivos específicos

Tabla 6:

Conocer la apreciación de la participación en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022.

		Variable (agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	30	29,7	29,7	29,7
	DE ACUERDO	41	40,6	40,6	70,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	30	29,7	29,7	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Figura 2



Interpretación:

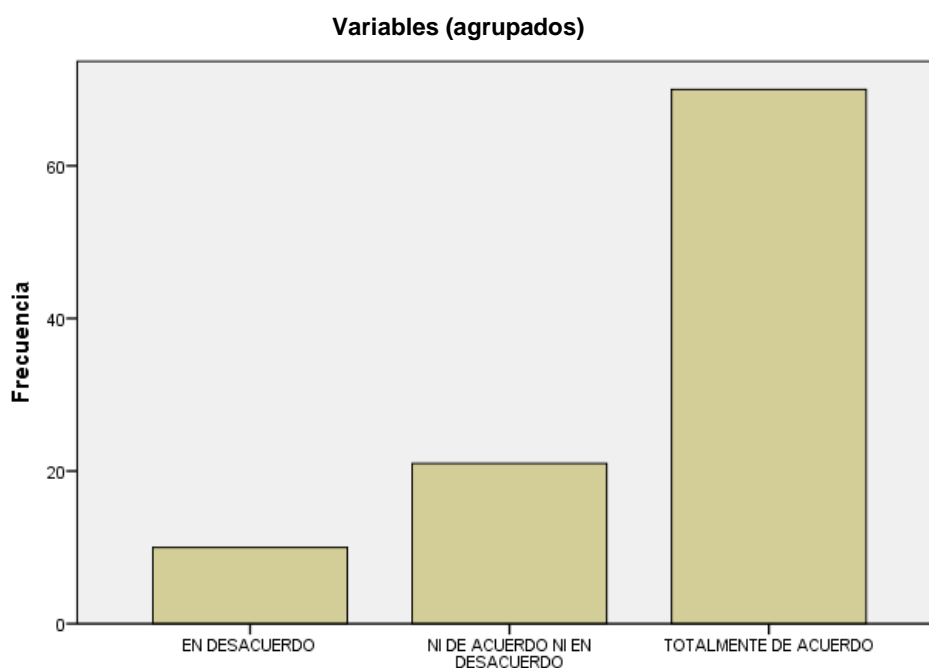
Los residentes de la zona de Canto Grande, ubicada en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 41% de las personas encuestadas están “de acuerdo” en la participación que se encuentra en el programa deportivo “Erick y Gonzalo”, mientras que el 30 % se encuentra en “totalmente de acuerdo, finalmente el 30% indicó que se encuentra en “ni de acuerdo ni en desacuerdo” en que haya una participación de los usuarios.

Tabla 7:

Identificar la apreciación de la pauta en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022.

		Variable (agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EN DESACUERDO	10	9,9	9,9	9,9
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	20,8	20,8	30,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	70	69,3	69,3	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Figura 3:



Interpretación:

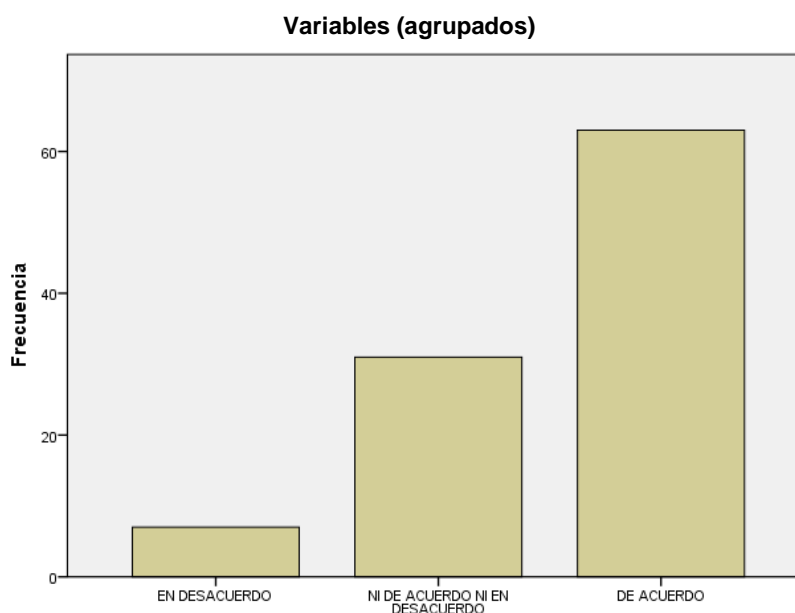
Los residentes de Canto Grande, en el distrito de San Juan de Lurigancho, se obtuvo que el 70% están “de acuerdo” en apreciar una pauta dentro del programa deportivo “Erick y Gonzalo”. Además, el 21% se encuentra en “ni de acuerdo ni en desacuerdo” que se encuentre una pauta en el programa. El 10% reveló que están “en desacuerdo” apreciar la pauta ya que es innecesaria en la programación.

Tabla 8:

Identificar la apreciación de los contenidos en el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, SJL, 2022.

Variable (agrupado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	7	6,9	6,9	6,9
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	31	30,7	30,7	37,6
Válidos DE ACUERDO	63	62,4	62,4	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Figura 4:



Interpretación:

El gráfico nos muestra que el 63% de las personas encuestadas, tiene una apreciación positiva en los contenidos informativos y de entrenamiento que presenta en el programa deportivo “Erick y Gonzalo”. Otros porcentajes indicaron que 31% se encuentran en “ni de acuerdo ni en desacuerdo y “en desacuerdo” se logró observar que el 7% no aprecian los contenidos que se establecen.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación detalla la apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.

Respecto al objetivo general planteado fundamenta en conocer la apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, donde tuvo como resultado que el 40,6 % de las personas encuestadas tiene una apreciación positiva del programa deportivo realizado en un medio digital y transmitido por redes sociales como Facebook y YouTube, el cual concuerda con la investigación de Chinga (2021) quien revela que el 44.4% tiene una percepción efectiva sobre el programa deportivo Pelotazos y Pelotazos de radio Cutivalú.

El primer objetivo específico, figura en conocer la apreciación de la participación en el programa deportivo, lo cual tuvo como resultado que el 41% de los encuestados muestra una apreciación positiva sobre la participación, lo cual concierne una similitud con la investigación de Calero (2021) quien reveló que el 41.93 % de su público participó en un programa deportivo a través de llamadas telefónicas para llegar finalmente a interactuar.

El objetivo específico dos, consiste en identificar la apreciación de la pauta en el programa deportivo, donde se obtuvo como resultado que el 70% están de acuerdo que exista un documento para ordenar los segmentos planificados, asemejándose al 77% obtenido por Iglesias & Romero (2020), este porcentaje indica el objetivo de los comunicadores deportivos de Trujillo en moderar los hechos y datos de interés, visualizados en redes sociales.

En el último objetivo específico, se identificó en la apreciación de los contenidos en el programa deportivo, donde tuvo como resultado que el 63% de las personas contiene una valoración positiva en los contenidos que se filtra durante la programación digital, el cual se asemeja al resultado de la investigación de Núñez (2021) quien obtuvo un 57% indicando que los contenidos deportivos en los medios digitales llegan a garantizar un buen nivel de desarrollo para conseguir la primicia.

VI. CONCLUSIONES

Una vez concluido el capítulo de la discusión, se presentarán las respectivas conclusiones concretadas lo cual estarán presentes en esta investigación, lo cual son las siguientes.

- La apreciación que tuvo el programa deportivo “Erick y Gonzalo” en los residentes de Canto Grande, ubicados en el distrito de San Juan de Lurigancho, tiene una mediana aceptación, luego de obtener un resultado del 40,6%, donde solo se aprecia el programa de manera positiva, según de la encuesta aplicada. De esta manera, el resto de habitantes detallaron que los programas emitidos son muy monótonos y repetitivos al momento de percibir la transmisión.
- La participación en el programa deportivo “Erick y Gonzalo”, tiene un resultado moderado de 41% por los residentes de Canto Grande en el distrito de San Juan de Lurigancho, identificando que su colaboración en cada programación no sale al aire o son omitidos por razones de actitudes inadecuadas.
- La pauta que aplica el programa deportivo “Erick y Gonzalo” determina el desarrollo planificado de los contenidos que presentarán durante la transmisión, mostrando un orden en un tramo establecido, de esta manera se llegó apreciar en los encuestados. Asimismo, existe un pequeño grupo de personas que indican lo innecesario de esta herramienta de trabajo, debido que el programa se emite por *online*, la percepción que manifiestan es que este documento solo debe ser manejado en los medios tradicionales.
- Finalmente, los contenidos que presenta el programa deportivo son aceptados de manera positiva según los encuestados, dando un alto índice que el 63% de las personas tiene un interés por el contenido presentando, ya que informa y entretiene. Por otro lado, existe un pequeño porcentaje del 7% de personas que revelan que los contenidos publicados no causan utilidad y, sobre todo no garantizan un moderado profesionalismo en el periodismo deportivo.

VII. RECOMENDACIONES

Luego de culminar con las conclusiones, esta investigación presentada sugiere las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda en mejorar las características que tiene el programa deportivo digital “Erick y Gonzalo”, ya que, los residentes que fueron encuestados revelaron que los mensajes que reciben son de manera monótonas y repetitivas, de esta forma anhelan que la información que perciben sea innovadora con videos e imágenes, lo cual cambiaría su formato original, dándole más detalles a su programación.
- Se aconseja en reintegrar las participaciones que no son emitidas al aire en el programa deportivo digital “Erick y Gonzalo”, considerando la omisión de reacciones por actitudes inadecuadas, deberían ser publicadas para incentivar a tener un público activo.
- Se recomienda en precisar lo descrito en la pauta del programa deportivo digital “Erick y Gonzalo”, debido a que, en los resultados que se logró identificar, un pequeño grupo de personas piensan que es innecesario el uso de los guiones al relacionar lo digital con la espontaneidad o improviso. De esta manera, la pauta siempre será importante ya sea medio tradicional o virtual, ya que le da un orden y mejor gestión en un programa.
- Finalmente, se recomienda en analizar a profundidad los contenidos emitidos durante el programa deportivo digital “Erick y Gonzalo”, ya que existe un pequeño grupo de personas que consideran que no tiene mucha relevancia al observar el producto, por ese motivo aluden al cambio del formato actual. Sin embargo, ante la poca carencia de notas informativas, entrevistas, invitados, entre otros; debemos recordar que el programa contiene un formato estable que es apreciado por los usuarios, lo cual contiene mucha participación.

REFERENCIAS

- Albornoz, C & Luján, M. (2017) *Facebook Live como una nueva forma de consumir noticias. Una mirada al usuario digital peruano*. [Revista Científica, Universidad San Martín de Porres, Perú].

Recuperado de: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/138/1381714003/>

- Benavides, C & Chávez, W. (2017) *Análisis del uso de la red social Facebook, como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en las páginas Fútbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino*. [Tesis de Licenciado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua].

Recuperado de: <https://repositorio.unan.edu.ni/8987/1/98422.pdf>

- Capello (2021, p.35) *El telespectador digital. Recepción y consumo televisivo por otras plataformas en Lima Metropolitana*. [Artículo científico publicado por la Revista Científica de Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza].

Recuperado de:

<http://revistacientifica.bausate.edu.pe/index.php/brc/article/view/45/60>

- Capriotti, V. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina*. Universidad Rovira y Virgili.

Recuperado de:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462203/TEFI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cevallos, K. (2020) *Periodismo deportivo en YouTube, como una nueva ruta de comunicación para el periodismo deportivo en la ciudad de Babahoyo*. [Tesis de Licenciado, Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador]. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/7343/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000186.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Carranza, A & Villanueva, J. (2019) *Las plataformas Streaming en las preferencias del nuevo consumidor universitario, Universidad Particular Antenor Orrego y Universidad Nacional de Trujillo - 2016*. [Tesis de Licenciado, Universidad Nacional de Trujillo, Perú].

Recuperado de:

<https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/15416/CARRANZA%20NARRO-VILLANUEVA%20SALDA%2091A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cuba (2019) *La influencia de las redes sociales en el desarrollo del periodismo deportivo según los alumnos de la Universidad Jaime Bausate y Meza*. [Tesis para obtener el grado de Bachiller, Universidad Jaime Bausate y Meza, Perú].

Recuperado de:

<http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/155/Cuba-Casta%20b1eda-Gerson.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cuenca (2022) *Elaboración de notas informativas de la ciudad de Cuenca para el noticiario radiofónico digital "Un Café con JJ"*. [Tesis para obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador].

Recuperado

de:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22613/1/UPS-CT009780.pdf>

- Cueva (2021) *Sports journalism with specialization* (Periodismo deportivo con especialización). [Artículo científico publicado en la Revista ComHumanitas].

Recuperado de:

<https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/319/289>

- Grunig & Hunt (2000) *Dirección de las Relaciones Públicas* (Vol.1) Barcelona, España: Ediciones Gestión, 2000. 101 p.

Recuperado de:

https://www.researchgate.net/profile/James-Grunig/publication/31741536_Direccion_de_relaciones_publicas_JE_Grunig_T_Hunt_ed_en_espanol_y_adaptacion_de_J_Xifra/links/5817a6ca08aeffbed6c33d0a/Direccion-de-relaciones-publicas-JE-Grunig-T-Hunt-ed-en-espanol-y-adaptacion-de-J-Xifra.pdf

- Guzmán, S. (2018). *“Los reportajes televisivos realizados por los alumnos del taller de periodismo de X Ciclo 2018 - I de la FCCTP – USMP y su relación con las competencias profesionales del periodista del Siglo XXI”*. Universidad de San Martín de Porres.

Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4297/guzman_es.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Hernández, R. Fernández, C & Del Pilar, R. (2014) *Metodología de la investigación*. (6ta ed.) McGraw Hill Education. Disponible en:

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Iglesias, F & Romero, J (2020) *Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo, 2020*. [Tesis de Licenciado, Universidad Privada Antenor Orrego, Perú].

Recuperado de:

https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7142/1/REP_COM_FABIOLA.IGLESIAS_JES%c3%9aS.ROMERO_USO.RED.SOCIAL.FACEBOOK.PERIODISTAS.DEPORTIVOS.TRUJILLO.2020.pdf

- Lucas, Tolozano & León (2020) *Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador*. [Artículo científico publicado por la Universidad de Zulia, Ecuador].

Recuperado de:

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/33373/35126>

- Núñez (2021) *Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes* [Artículo científico compartido por el portal PerDebate de la Universidad San Francisco de Quito, Ecuador].

Recuperado

de:

<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2329/2862>

- Ortiz, (2017). “*Relación del feedback laboral con la satisfacción en el trabajo del personal en una dirección regional de agricultura del Perú*”. Universidad de Lima.

Recuperado de:

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/4625/Ortiz_Olaechea_Cynthia_%20Fiorella.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Pulido, C., Tejedor, S. (2020). “*Las herramientas digitales para la mejora de la redacción periodística*”. Universidad Autónoma de Barcelona.

Recuperado de:

[file:///C:/Users/edwar/Downloads/almom1de1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/edwar/Downloads/almom1de1%20(2).pdf)

- Ramos, C. (2017). “*Cobertura a las Noticias Sangrientas en los Diarios Impresos de Arequipa 2016*”. Universidad Nacional de San Agustín.

Recuperado de:

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4688/CCrachcf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rodríguez, A & Suárez, F (2020) *El periodismo deportivo en YouTube: análisis de su visibilidad económica*. Universidad de La Laguna. Recuperado de:

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/19713/El%20Periodismo%20Deportivo%20en%20Youtube%20analisis%20de%20su%20viabilidad%20economica%20.pdf?sequence=1>

-Suarez, L. (2020). “*El tratamiento periodístico en los reportajes televisivos*”. Universidad de San Martín de Porres.

Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8180/SUAREZ_RL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Taupanta, Duque & Mena (2017) *Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de usa TIX en docentes universitarios.*

Recuperado de:

<http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/141/143>

-Villanueva (2018). *Análisis sobre los cambios digitales y el declive de la prensa papel en Europa y su influencia en la configuración de negocios basados en nuevos hábitos de consumo de noticias: el caso España.* Universidad Nacional.

Recuperado de:

<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/15231/TESIS%20FINAL%20DJENANE%20VILLANUEVA%2013%20de%20febrero%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

-Yagual (2017). *Análisis de la red social Facebook y su aporte al periodismo deportivo en la tercera etapa del sector de mucho lote uno de la ciudad de Guayaquil.* Universidad de Guayaquil. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/21474>

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: APRECIACIÓN DEL PROGRAMA DEPORTIVO “ERICK Y GONZALO” EN RESIDENTES DE CANTO GRANDE, S.J.L, 2022.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO
<p>Problema general: ¿De qué manera los niveles de participación en un programa deportivo por redes sociales influyen a los residentes de Canto Grande, SJL 2022?</p> <p>Problema específico 1: ¿De qué manera el feedback de un programa deportivo por redes sociales influyen a los residentes de Canto Grande, SJL 2022?</p> <p>Problema específico 2: ¿De qué manera la pauta en un programa deportivo por redes sociales influye a los residentes de Canto Grande, SJL 2022?</p> <p>Problema específico 3: ¿De qué manera la información en un programa deportivo por redes sociales se influye a los residentes de Canto Grande, SJL 2022?</p>	<p>Objetivo general: ¿De qué manera los niveles de participación en un programa deportivo por redes sociales influyen a los residentes de Canto Grande, SJL 2022?</p> <p>Objetivo específico 1: Conocer los niveles de participación del feedback en un programa deportivo por redes sociales en los residentes Canto Grande, SJL 2022.</p> <p>Objetivo específico 2: Identificar los niveles de participación de la pauta en un programa deportivo por redes sociales en los residentes Canto Grande, SJL 2022.</p> <p>Objetivo específico 3: Detallar los niveles de participación de la información en un programa deportivo por redes sociales en los residentes Canto Grande, SJL 2022.</p>	<p>PROGRAMA DEPORTIVO</p>	<p>Información</p> <p>Pauta</p> <p>Participación</p> <p>Contenidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Noticias . Entrevistas . Opiniones . Nota informativa . Guion técnico . Guion literario . Reacciones . Comentarios . Vistas . Interacción . Post . Videos 	<p>Tipo de investigación: Aplicada.</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal.</p> <p>Población: Residentes de Canto Grande.</p> <p>Participantes: 101 residentes de Canto Grande.</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 2: Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
PROGRAMAS DEPORTIVO	Para Pérez, Santos & Meso (2015, p.143) sostienen que los programas deportivos constituyen un espacio propio de gran resultado debido a la consideración que se le otorgó al deporte, su comunicación de este estudio indica que en los programas deportivos alcanzan a ocupar la mayor parte en los espacios informativos.	Los programas deportivos cumplen con las siguientes características: información, creatividad, práctica al contenido del mensaje. Con estos conceptos se cumplirán los efectos que acuden ante la sociedad.	<p>Información</p> <p>Pauta</p> <p>Participación</p> <p>Contenidos</p>	<p>Noticias Entrevistas Opiniones Nota informativa</p> <p>Guion literario Guion técnico</p> <p>Reacciones Comentarios Vistas Interacción</p> <p>Post Videos</p>	<p>4</p> <p>2</p> <p>4</p> <p>2</p>	<p>Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Totalmente en desacuerdo ● En desacuerdo ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo ● De acuerdo ● Totalmente de acuerdo

Anexo 3: Instrumento

INSTRUMENTO DE ENCUESTA: Apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.

Edad: Residente / Recurrente de Canto Grande Sexo: M / F

VARIABLE 1: PROGRAMAS DEPORTIVOS		ESCALA				
Dimensiones	Indicadores	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Información	1. ¿Las noticias brindadas en los programas deportivos son veraces?					
	2. ¿Las entrevistas emitidas en los programas deportivos son importantes para mejorar el contexto de la información?					
	3. ¿Las opiniones refuerzan a la programación deportiva?					
	4. ¿Una nota informativa mejora la producción de un programa?					
Pauta	5. ¿Los periodistas necesitan un documento para narrar los hechos (guion literario)?					
	6. ¿Debe existir un documento de orden (guion técnico) para detallar bien los segmentos en los programas deportivos?					
Participación	7. ¿El programa deportivo en las redes sociales logra reacciones ?					
	8. ¿Los comentarios que se encuentra en las redes sociales son respetuosos?					
	9. ¿Las vistas son un factor importante para generar una percepción en los internautas?					
	10. ¿La interacción de los usuarios en las redes sociales es activa?					
Contenidos	11. ¿Los posts publicados en la redes sociales son llamativos y atractivos?					
	12. ¿Los videos presentados en las redes sociales tienen originalidad?					

Anexo 4: Fichas de validación de instrumento por expertos.

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: ***Apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.***

Nº	VARIABLE 1: Programas Deportivos	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Información													
1	Las noticias brindadas en los programas deportivos son veraces.				X				X				X	
2	Las entrevistas emitidas en los programas deportivos son importantes para mejorar el contexto de la información.				X				X				X	
3	Las opiniones refuerzan a la programación deportiva.				X				X				X	
4	Una nota informativa mejora la producción de un programa.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: PAUTA													
5	Los periodistas necesitan un documento para narrar los hechos (guion literario).				X				X				X	
6	Debe existir un documento de orden (guion técnico) para detallar bien los segmentos en los programas deportivos.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN													
7	El programa deportivo en las redes sociales logra reacciones .				X				X				X	
8	Los comentarios que se encuentra en las redes sociales son respetuosos.				X				X				X	
9	Las vistas son un factor importante para generar una percepción en los internautas.				X				X				X	
10	La interacción de los usuarios en las redes sociales es activa.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 4: CONTENIDOS													
11	Los posts publicados en la red social Facebook son llamativos y atractivos.				X				X				X	
12	Los vídeos presentados en la red social Facebook tienen originalidad.				X				X				X	

MD: Muy Deficiente A: Aplicable

D: Deficiente MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** **Aplicable después de corregir** **No aplicable**

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Denis Rubén García Gutiérrez DNI: 72084242

Especialidad del validador: Producción audiovisual / Dirección e investigación cinematográfica (RENCA*). *Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - DAFO - Ministerio de Cultura del Perú.

Fecha: 29 de septiembre de 2022

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**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

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: ***Apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.***

Nº	VARIABLE 1: Programas Deportivos	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
DIMENSIÓN 1: Información														
1	Las noticias brindadas en los programas deportivos son veraces.			X				X				X		
2	Las entrevistas emitidas en los programas deportivos son importantes para mejorar el contexto de la información.			X				X				X		
3	Las opiniones refuerzan a la programación deportiva.			X				X				X		
4	Una nota informativa mejora la producción de un programa.			X				X				X		
DIMENSIÓN 2: PAUTA														
5	Los periodistas necesitan un documento para narrar los hechos (guion literario).			X				X				X		
6	Debe existir un documento de orden (guion técnico) para detallar bien los segmentos en los programas deportivos.			X				X				X		
DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN														
7	El programa deportivo en las redes sociales logra reacciones .			X				X				X		
8	Los comentarios que se encuentra en las redes sociales son respetuosos.			X				X				X		
9	Las vistas son un factor importante para generar una percepción en los internautas.				X				X				X	
10	La interacción de los usuarios en las redes sociales es activa.				X				X				X	
DIMENSIÓN 4: CONTENIDOS														
11	Los posts publicados en la red social Facebook son llamativos y atractivos.				X				X				X	
12	Los videos presentados en la red social Facebook tienen originalidad.				X				X				X	

MD: Muy Deficiente A: Aplicable

D: Deficiente MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

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

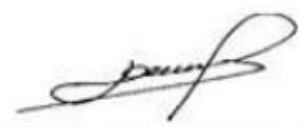
Apellidos y nombres del juez validador **Dr. TEÓFILO DONAIRES FLORES** DNI: 239293950

Especialidad del validador: **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.....**

Fecha: 26 de septiembre de 2022

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**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

Certificado de validez de contenido del instrumento

Título: *Apreciación del programa deportivo “Erick y Gonzalo” en residentes de Canto Grande, S.J.L, 2022.*

Nº	VARIABLE 1: Programas Deportivos	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Información													
1	Las noticias brindadas en los programas deportivos son veraces.				X			X				X		
2	Las entrevistas emitidas en los programas deportivos son importantes para mejorar el contexto de la información.				X			X				X		
3	Las opiniones refuerzan a la programación deportiva.				X			X				X		
4	Una nota informativa mejora la producción de un programa.				X			X				X		
	DIMENSIÓN 2: PAUTA													
5	Los periodistas necesitan un documento para narrar los hechos (guion literario).			X				X				X		
6	Debe existir un documento de orden (guion técnico) para detallar bien los segmentos en los programas deportivos.			X				X				X		
	DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN													
7	El programa deportivo en las redes sociales logra reacciones .			X				X				X		
8	Los comentarios que se encuentra en las redes sociales son respetuosos.			X				X				X		
9	Las vistas son un factor importante para generar una percepción en los internautas.			X				X				X		
10	La interacción de los usuarios en las redes sociales es activa.			X				X				X		
	DIMENSIÓN 4: CONTENIDOS													
11	Los posts publicados en la red social Facebook son llamativos y atractivos.			X				X				X		
12	Los vídeos presentados en la red social Facebook tienen originalidad.			X				X				X		

MD: Muy Deficiente A: Aplicable

D: Deficiente MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Mariela Pariona Benavides**..... DNI:.....**09722329**.....

Especialidad del validador: **Comunicadora social con mención en investigación en comunicaciones**.....

Fecha: 23 de septiembre de 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**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



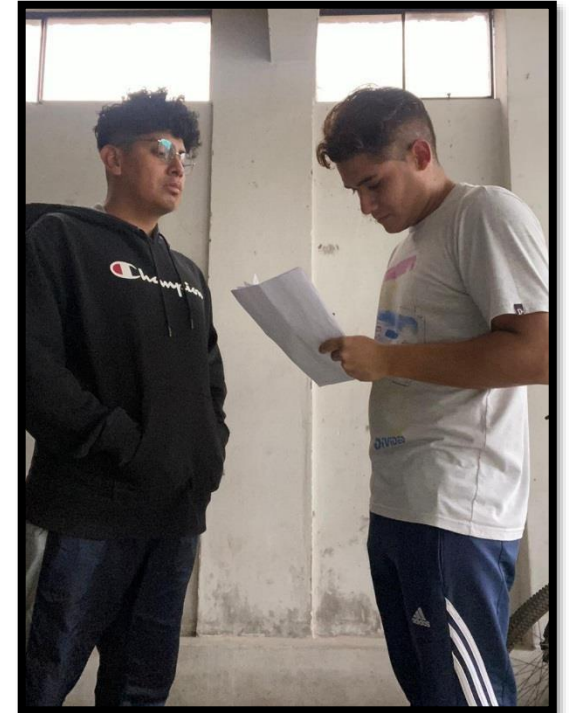
Firma del Experto Informante.
Especialidad

ANEXO 5: Lugar referencial de investigación.

- Calle Canto Grande, donde se aplicó la encuesta



ANEXO 6: Imágenes de evidencia de trabajo de campo





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SANTILLAN ARRUZ JOSE SANTOS, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "APRECIACIÓN DEL PROGRAMA DEPORTIVO "ERICK Y GONZALO" EN RESIDENTES DE CANTO GRANDE, S.J.L, 2022.", cuyos autores son VILLAVICENCIO USMO FERNANDO ANDRE, AVILA TORRES EDWAR JESUS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SANTILLAN ARRUZ JOSE SANTOS DNI: 08347544 ORCID: 0000-0002-5658-9710	Firmado electrónicamente por: JSANTILLANAR el 13-12-2022 16:14:15

Código documento Trilce: TRI - 0458487