



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Arista Cucho Dante Javier (ORCID: 0000-0003-3587-9580)

ASESOR:

Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal (ORCID: 0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA ESTE – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedicado a mi mamá Elizabeth, mi mellizo
Marco y todas las personas que me
apoyaron y enseñaron lecciones en mi vida
y estuvieron en los momentos felices.

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias al creador, Dios, a mi madre patricia quien ha sido uno de los pilares más importantes a lo largo de mi vida, a mi mellizo hermano Marco, con quien he compartido momentos difíciles y con quien comparto un amor hacia el deporte, razón por la que escogí este tema. Estoy agradecido de los grandes mentores que he tenido a lo largo de mi vida, tanto en mi vida deportiva y académica, de verdaderos amigos y personas quienes estuvieron detrás de mí y ayudaron en mi formación de valores y poner fuerza de voluntad a lo largo de mi carrera y levantarme en tiempos duros, y que debemos tomar acción para lograr resultados.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Arista Cucho Dante Javier con DNI 71305168, estudiante de la E.P. de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo - Campus Lima Este, estoy realizando el informe la tesis titulada:

“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del Diario Depor, marzo-abril, 2019”

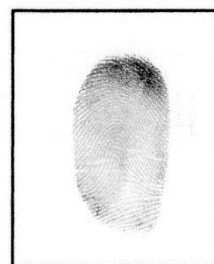
Declaro bajo juramento que:

- El informe de tesis es de mi autoría
- El texto en construcción respeta las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
- De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que se deriven de mi acción, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho, 26 de noviembre de 2019


Arista Cucho Dante Javier

DNI: 71305168



Huella digital

ÍNDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
PÁGINA DEL JURADO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MÉTODO	31
2.1. Tipo y diseño de investigación	32
2.1.1. Tipo de investigación	32
2.1.2. Diseño Interpretativo	32
2.1.3. Investigación No Experimental	34
2.2. Escenario de estudio	35
2.3. Participantes	35
2.3.1. Caracterización de sujetos	36
2.4. Técnicas e instrumentos de evaluación	36
2.4.1. Técnica de la entrevista	36
2.4.2. Herramienta de recolección de datos: Guion de entrevista	37
2.4.3. Guía de observación	38
2.4.4. Técnica: Análisis de contenido	38
2.5. Procedimiento	39
2.5.1. Variables, Operacionalización	39
2.5.2. Operacionalización de variables	41
2.6. Rigor Científico	42
2.6.1. Criterios de evaluación del instrumento	42
2.6.2. Validez	43
2.7. Método de análisis de información	43
2.7.1. Población	43
2.7.2. Muestreo No probabilístico	44
2.7.3. Muestra	44

2.8.	Aspectos Éticos	44
2.8.1.	Objetividad	44
2.8.2.	Originalidad.....	45
2.8.3.	Veracidad	46
III.	ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS.....	47
3.1.	Resultados.....	48
3.1.1.	Entrevistas a especialistas.....	48
3.1.2.	Entrevistas a lectores	73
3.1.3.	Análisis de contenido.....	88
IV.	DISCUSIONES.....	93
V.	CONCLUSIONES	99
VI.	RECOMENDACIONES.....	102
REFERENCIAS		104
ANEXOS		111

RESUMEN

La presente investigación asumió como objetivo analizar el Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del Diario Depor, marzo-abril, 2019, y dar a conocer cómo se realiza el tratamiento de las noticias en el periodismo digital deportivo peruano. Se analizaron 28 noticias a través de una guía de observación y se entrevistaron a 11 personas, 6 de ellas dedicadas al periodismo deportivo y 5 lectores del diario en estudio.

Se tuvo un enfoque cualitativo, de tipo aplicada y diseño interpretativo y sub. Para el estudio se emplearon las teorías del Estructuralismo, la Agenda-Setting y el Framing o Teoría del Encuadre.

El estudio concluyó en el cumplimiento del diario de la promoción del deporte, en relación a los Juegos Panamericanos, sin embargo este no profundizó en las noticias, apegándose a un aspecto más informativo, debido a la poca especialización del periodista deportivo peruano y la tendencia a la futbolización que siguen los diarios de este tipo.

Palabras clave: Juegos Panamericanos, Lima 2019, Framing, posicionamiento SEO, futbolización.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the Treatment of the news in the promotion of the sport of a Pan-American event, digital version of the Depor newspaper, March-April, 2019, and to publicize how the treatment of news are carried out in digital journalism Peruvian sports. 28 news items were analyzed through an observation guide and 11 people are interviewed, six of them dedicated to sports journalism and five readers of the newspaper under study. He had a qualitative approach, applied type and interpretive and sub design. The theories of Structuralism, Agenda-Setting and Framing or Framing Theory were applied for the study.

The study concluded in the fulfillment of the newspaper of the promotion of sport, in relation to the Pan American Games, however this did not deepen the news, sticking to a more informative aspect, due to the little specialization of the Peruvian sports journalist and the tendency to the footballing that newspapers of this type follow.

Keywords: Pan American Games, Lima 2019, Framing, SEO positioning, soccer.

INTRODUCCIÓN

En la parte inicial de la presente investigación se abordará la **Aproximación temática.**

El desarrollo del periodismo deportivo en el Perú, ya sea por los tabloides impresos, la televisión, radio o diarios digitales, varios de ellos han mostrado una orientación hacia el fútbol, reflejo de ello son sus portadas y noticias orientadas a los partidos, convirtiéndolas en hazañas heroicas, dejando de lado otros deportes donde se han conseguido más logros, esta desatención es posible que se dé por un tema de rentabilidad, lectoría y otros factores que se tratarán en este trabajo académico.

Frente a este contexto, cabe destacar el desarrollo de la prensa digital y su situación actual, pues como se sabe, su traspaso a la web ha sido un proceso de casi 2 décadas en el Perú, empezando por un periodismo 1.0 que era la mera transcripción de la versión impresa a la digital, luego en el 2.0 se fue adaptando más al lector y permitir su participación en foros, y en la actualidad al 3.0 donde el diario se pone en contacto con su lector, a la vez que este también se convierte en fuente de información, es decir, existe una retroalimentación, los diarios tienen presencia en las redes sociales y alrededor de ellos, una comunidad de seguidores, los diarios evolucionaron y siguen las tendencias del día a día, sin embargo los valores e ideales que se aplican en la construcción de las noticias sigue siendo el mismo.

Así mismo, la aparición de herramientas multimedia, las transmisiones en vivo desde los celulares y otros dispositivos, permiten un mayor alcance de la información, rompe las barreras geográficas, y en consecuencia, demanda una inversión en tecnología por parte de los medios, además de mayor especialización de comunicadores, en el que ante la saturación de eventos noticiosos, respecto al deporte, a veces la cobertura está por delante del tratamiento periodístico, por un tema de inmediatez.

Llegado a este punto, a los diarios deportivos se les ha presentado el evento deportivo de mayor importancia a nivel continental y es en el Perú, son los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, que se realizó en Lima este 2019. El conocimiento de este hecho fue el 31 de enero del 2013, fecha en la que la capital peruana se eligió como sede organizadora del torneo, que acogió a los deportistas de los 41 países del continente americano y se desarrollarán 39 deportes y 61 disciplinas, entre los que puede

mencionar el atletismo, karate, ciclismo, rugby, judo, gimnasia, patinaje y muchos otros más.

Por lo tanto, el estudio pretende analizar el tratamiento de las noticias deportivas de la versión digital del diario Depor, sobre sucesos relacionados al evento panamericano previo a su inicio, si en la construcción de la noticias referentes se promociona a nivel deportivo, considerando poco antes de que iniciara “Lima 2019” también está la Copa América 2019 en Brasil, un evento sudamericano de fútbol que también tuvo una fuerte cobertura y que compitió a nivel noticioso con los Juegos Panamericanos, previos a su celebración, presentando posiblemente un gran obstáculo para su difusión al público lector y ante los mismos medios de comunicación, puesto que, la prensa también apostará por una mayor rentabilidad y el fútbol siempre se las ha dado, viendo a este proceso como *futbolización*, que consiste en la espectacularización del fútbol como deporte, y por ende es algo a lo que la prensa siempre emplea en cuestiones deportivas (Oliveros, 2017; p. 6).

Respecto al desarrollo de otros deportes, el avance inclusivo en el país sobre su difusión y práctica, es aún notoria presencia del centralismo en el Perú, tal como señalaron Benito, et-al (2017, p. 29) en el Perú, la práctica deportiva suele realizarse en su gran mayoría en lozas deportivas, indicando un pobre avance en infraestructura deportiva. Indicando además el fuerte centralismo existente pues reveló que, de los 375 escenarios deportivos, 102 se encuentran en Lima, y varios de ellos no se encuentran en los distritos periféricos que son los más poblados

La razón por la que se eligió este diario deportivo, fue debido a su alto nivel de lectoría a comparación de otros diarios que tienen el mismo corte, ser deportivos, siendo el cuarto diario digital más leído del país, de acuerdo con Ecomedia (2017, p.98), que registra visitas de 21.67 millones de visitas desde los ordenadores y 27.96 millones desde los móviles.

Una vez mencionada la realidad del deporte y los medios digitales deportivos en el Perú, en este proyecto se analizarán atributos periodísticos en la redacción, el lenguaje empleado en las notas, entre otras características relacionadas con el deporte. El propósito de este proyecto académico es el tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019.

En el siguiente punto, se proseguirá con los **trabajos previos**, en primer lugar, los **nacionales**.

González, (2016). *“Análisis de la viabilidad de un periódico polideportivo en Lima”*. Una monografía que presentó para acceder al título de Licenciado en Periodismo por la Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima. Su objeto fue identificar elementos que permitan la viabilidad de un diario polideportivo, con el fin de abarcar la mayor cantidad de disciplinas deportivas diferentes al deporte rey.

Su tipo de estudio es descriptivo y su muestra fueron 4 personas especializadas en el periodismo deportivo y su instrumento fue un guion de entrevista utilizando la técnica de la entrevista.

La investigación llegó a la conclusión que el fútbol en la mayoría de diarios deportivos nacionales cubre entre un 60% al 70% y que los demás deportes “polideportivos” están más relacionados al ámbito internacional.

Cabanillas, (2017). *“Análisis del tratamiento informativo sobre noticias de femicidio en el medio digital El Comercio”*. Investigación que presentó con la finalidad de optar el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad César Vallejo, Trujillo. Tuvo como finalidad principal analizar el tratamiento de las noticias enfocadas en femicidios.

La investigación fue descriptiva simple tomando como muestra a 40 notas de dicho diario entre enero y setiembre del 2017 usando como instrumento la guía de análisis de información e hizo un análisis de contenido.

Este trabajo de investigación finalizó que El Comercio no publica constantemente notas sobre asesinatos y violencia contra la mujer ni hay seguimientos constantes algún caso de femicidio, por ejemplo, si el criminal fue encarcelado o no ni tampoco número de ayuda a una institución o recomendación a las mujeres.

Fernández, (2017). *“Análisis de las características del periodismo económico en el tratamiento informativo del suplemento de economía y negocios emprendedores, 2009”*. Tesis presentada con el objetivo de lograr el título profesional en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Privada del Norte, en Trujillo.

El trabajo académico tuvo como objetivo saber el modo de tratamiento de las noticias económicas en la portada y secciones como opinión, entrevistas, informes en el

suplemento Emprendedores del diario La Industria entre mayo y diciembre del 2009. Su muestra fueron 8 ediciones de las 35 publicadas de las cuales se hizo un análisis de contenido.

El estudio concluyó en que el periodismo económico, propiamente dicho sienta sus bases y establece su propio estilo al tratar la noticia, desde la manera de conseguir las fuentes, en mayoría de instituciones y empresas, hasta el público al cual se dirige y enfoca sus notas, que son de predominancia local.

Carreño, (2017). *“Tratamiento de la información y la cultura de prevención de desastres en los medios escritos: Los casos de los diarios Perú 21, La República y Ojo”*. Trabajo de tesis realizado para la obtención del título profesional de Maestra en Periodismo y Comunicación Multimedia por la Universidad San Martín de Porres en la ciudad de Lima.

La investigación tuvo un corte cualitativo, de diseño descriptivo simple. El objeto de estudio fue determinar si los tres periódicos, Perú 21, La República y Ojo contribuyeron en la cultura de prevención del terremoto en la ciudad de Pisco en el 2007 mediante el tratamiento de la información.

Utilizó como instrumento una guía de análisis de información, y la técnica fue el análisis de contenido sobre las portadas de los diarios mencionados durante los primeros 14 días de haber ocurrido el desastre natural.

La tesis concluyó en que tanto los 3 diarios, mostraron poco interés en trasladar enviados especiales y tampoco en comunicarse con corresponsales de diarios locales, a pesar que la región es cercana a la capital, Lima. Además, los 3 diarios lejos en generar algún interés por la cultura de prevención, cayeron en el sensacionalismo.

Alarcón (2018). *“Tratamiento de la noticia en las portadas del diario Correo de Huancayo”*. Estudio académico realizado con el fin de obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias y Tecnologías de la Comunicación por la Universidad Continental en la ciudad de Huancayo. El tipo de investigación fue no experimental, descriptiva, longitudinal.

Su tesis tuvo como objetivo primordial determinar el tratamiento destacado de las noticias principales del periódico Correo de la ciudad de Huancayo. El autor tomó como muestra 90 portadas del diario durante enero y marzo del 2017.

Las fichas de análisis de contenido fueron las herramientas para realizar la técnica de análisis documental. Se concluyó que el titular de las portadas es mayormente interpretativo, con 55.6% mientras que las fotografías de la noticia que la acompañan son más informativas.

Seguidamente, se mencionan los **trabajos previos internacionales**.

Bailard, & Major, (2018). *“It’s only the game, let’s leave politics out of it: Mega-sporting envets, broadcating righths, and network news bias”*. Traducción: [Es solo el juego, dejemos de lado la política: envenenamientos mega deportivos, derechos de transmisión y sesgo de noticias de la red]. Investigación de la revista académica *International Journal of Communication*. Estados Unidos. Tuvo como propósito, analizar la relación entre los intereses financieros de propietarios de las cadenas de los medios y el sesgo de noticias.

El tipo de investigación fue de enfoque cualitativo y tipo no experimental, descriptivo simple. Los escritores realizaron un análisis de contenido de los medios NBC, CBS networks y ABC en la cobertura del mundial de Fútbol 2014 y los Juegos Olímpicos en la ciudad de Río 2016, ambos eventos desarrollados en Brasil.

Las conclusiones de esta investigación llegaron a que existió un “apoyo mixto” entre los 3 medios, pues hubo un sesgo de noticias entre los medios, por motivos financieros y al final ABC resultó ser el medio de mayor cobertura tanto en el Mundial de fútbol y en los Juegos Olímpicos 2016, pues, aunque NBC que se ofrecía como el medio que daría mayor cobertura este segundo, terminó convirtiéndose en el que menor cobertura ofreció, pero sí dio una mejor calidad de la información.

Montero, (2018). *“Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa”*. Memoria para obtener el doctorado en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, ciudad de Madrid, España. Investigación que sostuvo como objeto principal de estudio, analizar los principios éticos más esenciales en el periodismo deportivo.

El autor señaló que su investigación fue diseñada en el análisis de contenido, una recopilación de documentos de autorregulación de periodismo deportivo, 31 obtenidos en total de 15 países, de los cuales se extraen 42 principios deontológicos. Y paralelamente

realiza otro análisis de 4 periódicos españoles, El País, La Vanguardia, Marca y el Mundo deportivo, durante 1 mes (no determinado) en el 2011.

La investigación concluyó con una nueva propuesta de código deontológico escrito para la elaboración de noticias en el periodismo deportivo español, valiéndose en parte de valores del periodismo en general, como la veracidad y busca de la objetividad.

Oliveros, (2017). *“Deportes minoritarios o minorizados. Reportaje audiovisual sobre la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo y la infrarrepresentación de determinadas modalidades en los medios españoles”*. Trabajo de grado realizado para obtener el título profesional en periodismo en la Universidad de Valladolid, Valladolid, España.

Proyecto que asumió como objetivo, demostrar que los medios informativos se encargan de minimizar deportes ajenos al fútbol y que estas disciplinas en realidad no lo son, sin embargo, tienen poca presencia en los medios masivos. Tuvo un diseño interpretativo y su muestra fueron 6 periodistas deportivos (1 de ellos exatleta), cada uno de un medio diferente, 1 atleta retirada y una dirigente deportiva de Rugby femenino.

En las conclusiones, la autora determinó que en el periodismo deportivo prima el espectáculo orientado al fútbol, y, en consecuencia, una infravaloración de otros deportes en los medios de España, aunque esta visión alguna de sus entrevistados difirió, pues ello está propiamente determinado por el medio en el que se trabaje, mientras la mayoría de sus entrevistados señaló que la televisión pública perjudica a las informaciones deportivas.

Norman, Esmonde & Szto, (2019). *“Public Sociology of Sport and Digital Media: A reflexive Analysis of Public Engagement in the “Hockey Biosphere”*. Traducción: [Sociología pública del deporte y los medios digitales: un análisis reflexivo del compromiso público en la “Biosfera del hockey”]. Investigación científica de la revista *Sociology of Sport Journal*. Estados Unidos. Tuvo como finalidad abrir posibilidades de participación pública del Hockey, sobre todo asociadas con el público digital y académicos relacionados al deporte.

El nivel del estudio fue básico de diseño interpretativo y es de carácter reflexivo a partir de las experiencias de los autores, pues estos buscan generar nuevas teorías sobre el involucramiento social del deporte en entornos digitales.

Los autores concluyeron que ante el aumento de la conciencia pública a través de los medios digitales, se entiende que el deporte está íntimamente ligado al Estado, y a políticas de identidad en los ciudadanos. Por otro lado, la actividad de los medios digitales ofrecen una oportunidad a los sociólogos estudiar a la sociedad a través del deporte.

Delorme & Pressland (2016). “*The visibility of female athletes: A comparison of the Sochi 2014 Winter Olympic Games coverage in french, british and spanish coverages*”. Traducción: [La visibilidad de las atletas femeninas: una comparación de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Invierno de Sochi 2014 en coberturas francesas, británicas y españolas]. Artículo científico de la revista *Sociology of Sport Journal*. Estados Unidos. El objeto de la investigación fue examinar la igualdad sexual en la cobertura de los Juegos Olímpicos de invierno, Sochi 2014 por parte de diarios británicos, franceses y españoles.

El tipo de investigación tuvo un enfoque cualitativo, en el que se analizaron 3 diarios franceses, que fueron: *Aujourd'hui*, *Le Monde* y *L'Equipe*, 2 británicos: *The Times* y *The Daily Telegraph*, y 2 españoles: *El Mundo* y *el País*. Su análisis de contenido se basó durante 1 semana antes de los eventos de Sochi, y una semana luego de la ceremonia de clausura del evento.

La investigación concluyó en resultados heterogéneos, pues los diarios franceses tenían una tendencia a discriminar a las atletas femeninas, por su parte, los británicos hicieron hacia los deportistas varones y lejos de estas posturas, los medios españoles cubrieron de manera más justa por ambos sexos. Los autores determinaron también que estas tendencias obedecen al carácter cultural, político y estructural, inherente de cada país.

En el siguiente punto, se citan las **Teorías relacionadas al tema** y posterior interpretación del autor.

Primero, para explicar al **Estructuralismo**, ha de referirse a Saussure, F. (2008) en la 24ta edición de Curso de Lingüística General, quien defiende la semiología, definió a esta teoría:

El signo lingüístico no es un objeto o un nombre, sino un concepto, una imagen acústica, que no es el sonido tangible, cosa meramente concreta, sino su vestigio mental, la representación que de este nos da el prueba de nuestros sentidos; esa imagen es perceptible, y si llegamos a llamarla «material» es simplemente en este sentido [...] Se le llama signo a la composición del significación y de la imagen acústica, y planteamos mantener el vocablo signo para calificar el conjunto, y suplantarlo con concepto e imagen acústica correspondientemente con significado y significante (pp. 91-93).

El signo es el resultado de lo que una persona percibe y da un sentido, este el concepto interpretado de Saussure, quien divide al signo en 2 componentes principales respecto a un objeto: El significado y el significante, el primero es aquello que se observa, se percibe, mientras el significante es el nombre que se le designa a lo percibido, dando de esta manera una manera de poder identificarlos. Pero estos nombres, con los que se designan a aquello que nos rodea variará de acuerdo a la sociedad que como persona un pertenece.

Reforzando la interpretación sobre el signo, y su interpretación por parte de la persona, Saussure, (2008), se refirió:

“En definitiva, todo medio de expresión recogido de una sociedad, se sustenta en principio en una práctica colectiva o, lo que viene a ser equivalente, en un acuerdo” (p. 94).

Tal como mencionó el autor, la estructuración del signo es parte de un consenso social, pues la palabra “libro”, no se dirá de la misma manera en inglés, que se dice “book”, aunque el “significado”, es decir, aquello que se observe sea lo mismo.

Otra perspectiva de la estructuración del signo, es Pierce, (1974) quien, desde la semiótica, marcó diferencias con Saussure, creador de la semiología aplicando una manera distinta de estructuración del signo, partiéndola en 3 partes y las explicó de la siguiente manera:

El interpretante: las representaciones de los signos y, a partir de cierto análisis, por un proceso que no contradeciré sea denominado abstracción, somos transportados a afirmaciones, en extremo inexactas, y por consiguiente en ciertos sentidos innecesarios, pero pertinentes a lo que deben ser los caracteres de los signos usados por un criterio "científico", es decir, por un conocimiento capaz de aprender a través de la experiencia.

El signo o representamen: Un signo, o representamen, es aquello que, para alguien, simboliza o se representa a algo en cierto aspecto o carácter [...] El signo, por lo tanto, está en lugar de algo, su objeto.

Objeto: Este debe "representar", como se suele enunciar, a otra cosa, llamada su objeto, aunque la circunstancia de que el signo debe ser diferente de su objeto es, tal vez, parcial, porque, si exageramos la insistencia en ella, podríamos hacer una parcialidad en el caso de un signo. (pp. 21-23).

Desde la postura de Pierce, existen mayores posibilidades de equivocarse durante el proceso de abstraer la información, además consideró que el interpretante es producto de la abstracción, pero a través de la experiencia se puede concebir una "interpretación" más adecuada sobre de lo que se dice el interlocutor.

Sucesivamente, está el representamen, que es aquel conjunto de signos que se codifican en la mente humana y define al Objeto, es decir al escribir la palabra "atletismo" el sujeto está dando el significado a un conjunto de disciplinas que abarca este deporte.

Finalmente, está el Objeto, el cual es el fin de la triada de Pierce, pues alrededor de aquello que se observa, se escucha o se siente, o se busca expresar y el hombre se ha esforzado a lo largo del tiempo en estructurar un conjunto de signos para poder describirlo y hacer que se entienda a sus similares.

En segundo lugar, una de las teorías bajo la que se rige esta investigación es la **Agenda-Setting**, conocido como **Agenda mediática** en español, teoría creada por Maxwell, McCombs y Shaw. (1972), quienes explicaron su funcionamiento:

The mass media strength consideration to particulars topics. They develop up public images of political figures. They are frequently offering objects suggesting what individuals in the mass should think about, know about, and have feelings about. [...] The press "might not be successful much of the time in saying people what to think, but it is spectacularly effective in telling its readers what to consider about" (p.177).

Lo que en su traducción significó:

[Los medios masivos exigen a la consideración a ciertos temas. Componen imágenes públicas de personalidades políticas. Muestran continuamente objetos que sugieren lo que las personas en la masa deberían pensar, conocer, tener sentimientos sobre [...] la prensa "puede que no sea exitosa buena parte del tiempo en manifestar a la gente qué debe preocuparle, pero es asombrosamente exitosa al decir sus lectores qué tener presente"] (p.177).

La presentación de una agenda de los medios, como un hecho que tuvo al inicio una inclinación hacia la política, señalando que, a través de ella, la prensa podría orientar la atención de los lectores hacia estos temas, o personalidades es ciertos aspectos. Y aunque no siempre se pueden dirigir acciones desde los medios de comunicación con éxito, se le puede decir a la gente en qué pensar, en otras palabras, la información que pueda presentar un medio no sea del interés de la persona, esta va a quedar grabada en la mente de la persona e incluso creará un concepto en base a lo que más acapare cierto medio determinado.

Por ejemplo, durante esta investigación, un diario deportivo puede presentar siempre noticias de fútbol y dejar de lado otros deportes, de este modo, orientar el contexto en el que vive el lector sobre el estado de otras disciplinas que se practican también en el país, consecuencia de la poca cobertura que se les da.

Otro concepto más actual acerca de la Agenda mediática como parte de la comunicación, fue definida por Wahl-Jorgensen, K. y Hanitzch, T. (2009):

The agenda setting is the method of the mass media showing certain issues habitually with the result those large sections of the people come to recognize those topics as essentially, than others do. Simply put the more coverage an issue obtains, the more to people (p. 147).

En la versión traducida expresó lo siguiente:

La Agenda Setting es el proceso de los medios de comunicación que presentan ciertos temas con frecuencia, teniendo como consecuencia de que grandes sectores del público llegan a percibir esos temas como más importantes que otros. En pocas palabras, cuanta más cobertura reciba un tema, más le interesará a la gente (p. 147).

En referencia a lo mencionado, la Agenda Setting es el mero proceso que los medios de información realizan una segmentación de la información, priorizando esta información en analogía al tipo de público al que se dirigen, tomando también en cuenta criterios tales como darles mayor cobertura y tratamiento a las noticias generando mayor atención de las personas.

Esta teoría, por lo tanto, se centra en la búsqueda de los medios de comunicación de poder orientar la atención del público hacia un tema en específico, causando un “sesgo” en la información al descartar otros asuntos.

Reforzando esa postura sobre la teoría, Agurete (2009), explicó:

Es “aquello” sobre lo que la gente especula y se forma una opinión, la Agenda Setting se alude a asuntos o temas Para Shaw (1977), un “tema” es la “recolección de una serie de sucesos conexos que implican en el tratamiento de información y que se congregan en una categoría más amplia” (p.13).

En lo mencionado por Agurete respaldó lo mencionado por Wahl-Jorgensen y Hanitzch, señalando que una serie de hechos o noticias reciben un tratamiento por parte de los medios y se categorizan de acuerdo a características que comparten entre sí.

Y, en tercer lugar, la **Teoría del Framing o Encuadre**, una teoría más actual, son explicadas por varios autores, que expusieron su estudio en los medios de comunicación. De acuerdo con Morales (2014) conceptualizó al ‘Framing’ de la siguiente manera:

La teoría del Framing funciona como una continuación de la teoría de la agenda mediática, que posee sus inicios en la psicología y precisa la existencia de un procedimiento intrínseco y exclusivo de la noticia (enfoque) [...] Esta inclinación que ha venido avanzando con el paso del tiempo, plantea un modelo propio que sostiene que las noticias no son otra cosa que un retrato de la realidad desarrollada por el periodista, lo que va a llevar consigo un designado enfoque (p.196).

Conocido como “*framing*” o teoría del encuadre, la postura del autor se asume como una ramificación de la Agenda-Setting, en el sentido de no sólo abarcarlo desde el aspecto sociológico o comunicacional sino en la psicología del comunicador en sí, que plasmará en las noticias la realidad desde su punto de vista o desde los intereses que tenga (p.196).

Otra afirmación acerca de esta teoría es apreciada por Kim, Lee & Oh (2018) de esta forma:

“The basis of framing theory is to show how mass media characterizes a particular issue, encompassing arguments, information, symbols, metaphors, and images” (p. 258).

Traducción:

[“La base de la teoría del encuadre es mostrar cómo los medios de comunicación caracterizan un tema en particular, abarcando argumentos, información, símbolos, metáforas e imágenes”] (p. 258).

De manera resumida, la cita mencionada detalla el interés de un medio de comunicación por ciertos aspectos, llegando a tener un perfil o especialidad, ya sea política, económica o deportes, incluso resaltando la manera en el interés de su estructura noticiosa para el público que se dirige.

Por otro lado, Ardèvol-Abreu (2015) afirmó lo siguiente sobre sus efectos:

The frame, in short, facilitates the understanding of the messages it contains, by reminding viewers that the messages placed inside of it are relevant and are connected in some way, and that those messages that are outside of it must be ignored. This is a meta-communicative use of language, which allows the contextualization of the messages that will be perceived (p.428).

Traducción:

[El ‘frame’ en resumen, facilita la comprensión de los mensajes que contiene, recordando a los espectadores que los mensajes colocados dentro de él son relevantes y están conectados de alguna manera, y que esos los mensajes que están fuera de él deben ignorarse. Este es un uso meta comunicativo del lenguaje, lo que permite contextualizar los mensajes que se percibirán, con la particularidad] (p.428).

Desde esta aseveración, se reafirma que el éxito de los mensajes estructurados para el público, no solo dependen de una agenda, sino también de cómo estos sean resaltados y conectados entre sí, y hacer que esto defina su objetivo o desinterés del lector o cibernauta que lee el diario web.

A continuación, se explicará la relación entre la **Agenda de medios y la teoría del Encuadre**.

La importancia de estas teorías y del porqué siempre debe ir de la mano en el tratamiento de las noticias lo mencionaron Wahl-Jorgensen y Hanitzch, (2009):

The mode incidents and matters are systematized and meaning of, principally by media, professionals and their spectators. To frame is to select some characteristics of a perceived authenticity and make them more outstanding [...] to promote a specific problem description causal, interpretation, moral estimation, and or/ treatment advice. Together framing and aspect agenda setting call attention to the viewpoints of communicators and their watchers, how they picture in the news and, in particular, to the special prestige that particular aspects or frames can have in the content of a message (p.150).

Traducción

[La forma en que se organizan los eventos y los problemas, especialmente es por la prensa, los profesionales de los medios para sus audiencias. Para “encuadrar”, es necesario seleccionar algunos aspectos de una realidad observada y hacerlos más destacados [...] para sembrar una definición de problema particular causal, interpretación, valoración moral y/o recomendación de tratamiento. Ambos atributos de la agenda mediática llaman la atención sobre los puntos de vista de comunicadores y su público, cómo toman las imágenes y en particular, al estatus especial que ciertos atributos o encuadres pueden tener en el contenido de un mensaje] (p.150).

Pues ambos autores en la cita resaltan que los procesos de selección de las noticias se “enmarcan” cualidades, unas más que otras, para lograr tener la orientación deseada de la noticia, donde se involucran las interpretaciones de la realidad periodista, su moral y la línea editorial del medio, y que todo ello influye en el contenido del mensaje que se publica y envía al lector.

Explicadas las teorías relacionadas a esta investigación, a continuación, se pasan a explicar las variables, sus categorías y subcategorías, empezando primero por el **Tratamiento de la noticia.**

Suárez, (2017), lo definió de la siguiente manera:

Es la manera en que un medio escoge su contenido; la convierte en representaciones gráficas y en escritos, la colocan en las páginas y luego se distribuyen. Es un diseño trazado para analizar distintos ejemplos de noticias, haciendo uso de subcategorías que posibilitan comprobar la mayor cantidad de elementos posibles en el discurso periodístico (p.32).

Desde este punto de vista más detallado, explica lo que consiste el tratamiento de la noticia, es la elaboración de un discurso periodístico apoyado en texto e imagen de un acontecimiento recogido.

Asimismo, Carreño, (2017) agregó:

En todo periodista no es novedoso el término tratamiento de las noticias. Pues todo aquel que trabaja con información es consciente que la difusión de los acontecimientos no se hace tal como estos ocurren, sino que debe comprenderse, elegir, distinguir, catalogar, ponderar, redactarse, es otras palabras, preparar el mensaje para ser divulgado (p.25).

En ese sentido, es el proceso de rigor para transmitir un suceso, es una ley en el periodista, quien es el que con sus conocimientos trabajará en ello hasta convertirlo en un mensaje orientado a contextualizar al público.

Adicionalmente, a la redacción de la información, debe tener un adecuado tratamiento adaptándose a la plataforma, a lo que Carreño, (2017), se refirió:

Al discutir de la manera que toma la información para ajustarse al canal, puede aludir a si este mensaje será divulgado en televisión, radio o prensa escrita; al referirnos al público, nuestro mensaje deberá constituirse de modo que logre ser comprendido por este último, no es igual escribir para directivos que para muchachos, etc. Al discutir de tratamiento organizativo, nos estamos relacionando a la forma dentro los géneros periodísticos- que asumirá el mensaje. [...] En efecto, quien comunica las noticias, es el periodista que realiza este tratamiento de la información para poder propagarla, debe poseer ciertas

aptitudes, habilidades, a fin que la información que nos llega sea percibida y lo más próximo a esa realidad, a ese acontecimiento del que nos dice (pp.14-15).

Como afirmó el autor, el periodista procesa esta información y la difunde de manera adaptada al medio, los intereses de su público y no sin antes considerar también el nivel de conocimiento de éstas, nivel de educación teniendo que “masticar” tecnicismos usados en la política, deportes, aspectos legales, académicos haciendo más digeribles detalles que pueden resultar relevantes, pero difíciles de entender para el lector que no siempre está familiarizado con ciertos términos.

Por otro lado, también está la necesidad que requieren ciertos acontecimientos para ser contados, y de acuerdo a la gravedad, necesitarán una mayor cobertura y seguimiento, algunos más largos que otros apelando a recursos que un periodista conoce para realizar una buena historia para contar, con esa finalidad están los géneros periodísticos, cada uno con un lenguaje propio para ser contados y también ser tratados.

A continuación, se hablará de la **Categoría Noticia**.

De acuerdo con Alarcón (2018), la noticia fue definida de la siguiente forma:

Género periodístico que narra de un modo conciso pero cumplido de un hecho presente, merecedor de ser conocido y promulgado y de indiscutible efecto en las personas. Hecho auténtico, fresco o vigente, de preocupación general que se informa a un público amplio, una vez que ha sido recogido, comprendido y evaluado por los sujetos organizadores que administran el medio utilizado para la difusión. Es el género más directo, más ceñido al suceso, el más estrechamente objetivo (p.35).

La categoría de noticia es explicada como un género periodístico, dentro del cual se recogen hechos, de manera real y que son de interés por la sociedad, pero que además es controlado por el medio que le da una valoración a través de la redacción antes de ser difundidos.

Este género periodístico es el más empleado por los diarios digitales, ocupando gran parte de su contenido a comparación de otros géneros, tal como señalaron Mancinas, Moreno y Ruiz (2019) en la siguiente cita:

“In the native digital media, more than 80% of texts are news; a number that lowers to 40% in the case of mainstream newspapers [...] while in digital native media opinion does not reach 4%” (p.1442).

Traducción:

[En los diarios digitales, más del 80% del contenido son noticias, un número que se ve reducido hasta un 40% en los diarios tradicionales, pero a comparación en el género de opinión no sobrepasan un 4%] (p.1442).

A partir de esta premisa, pues se entiende la necesidad de producción por profundidad, es decir no se profundiza en la información, simplemente esta es tratada con fines informativos y entregada así al público lector.

Una noticia cuenta un suceso de la realidad, el **acontecimiento**, una subcategoría a considerar, pues sin ella no existiría noticia, para ello, Alsina, (1989) mencionó al respecto de esta categoría:

La obtención de una noticia es un proceso que se empieza con un acontecimiento. Sin embargo, no hay que conceptuar al acontecimiento como algo desacorde a la construcción social de la realidad por parte de la persona. Brindar un significado es ubicarse uno mismo en las argumentaciones. Es el sujeto veedor el que da sentido a los hechos. Es decir que los acontecimientos estarían desarrollados por aquellos elementos exteriores al sujeto a partir de los cuales este mismo va a examinar, a procesar, el acontecimiento (p.1).

Ante lo expuesto por Alsina, se entiende que toda noticia parte de un acontecimiento, tenga un perfil informativo o interpretativo, se basa en un hecho ocurrido, pero del cual para poder ser explicado necesita del sujeto, en este caso el periodista que es el puente entre la información y las personas.

Las cualidades de la noticia (subcategoría) o Las propiedades de la noticia están definidas por 5 pilares antes de construirlas, que son la novedad, actualidad, autenticidad, regularidad y atención público. Las noticias tienen novedad cuando el hecho que la causa es nuevo; si es un hecho del ayer, su valor tiene importancia o se acaba de revelar; mientras más pronto es el acontecimiento, la noticia es más vigente. La novedad reside en que la noticia salga de lo habitual. La autenticidad, a razón de que debe ser reflejo de la situación, debe ser fehaciente. La regularidad está definida por los tiempos en los que se muestra la noticia a la sociedad, los cuales deben ser sostenidos. Y en

definitiva la necesidad de la gente porque toda noticia debe cubrir las exigencias de informarse del destinatario (Carreño, 2017 p.21).

Las propiedades para tener en cuenta la noticia, radica en su novedoso y actual, aunque parecieran sinónimos, uno se enfoca en salir del tipo común de noticia, y la actualidad que el hecho sea lo más apegado al presente, mientras que la regularidad se refiere en caso haya un seguimiento del acontecimiento, considerando porque el hecho sea fidedigno y resulte atractivo al lector.

En el siguiente aspecto, la subcategoría **construcción de la noticia** sigue un patrón esencial para poder contarse en el que contiene toda la información vital de un acontecimiento, y para ello, Carreño, (2017) explicó así:

La célebre composición de noticias o la más conocida entre los comunicadores es la designada pirámide invertida, la cual fundamenta en iniciar redactando lo más trascendental en la primera parte e ir descendiendo en nivel conforme progresa la escritura y los párrafos; así como el uso de la norma de origen norteamericano de escribir revelando lo que para algunos autores son las 5 W (v dobles), (quién, qué, cuándo, dónde y por qué) (p.20).

Base elemental para poder redactar la noticia y lograr un a información puntual y coherente es la pirámide invertida del periodismo o conocido como “lead” en la jerga periodística, en la cual permitirá llevar al público un mensaje estructurado sobre un acontecimiento.

Una categoría que marca la diferencia entre lo que publica un ciudadano común y un periodista sobre un tema de interés común es este, es que este último tiene en cuenta sobre la subcategoría **aspectos del lenguaje periodístico deportivo**, Carreño, (2017) se refirió:

“Lenguaje periodístico debemos concebir que es el tono profesional empleado por ciertos expertos de la comunicación a las masas, para la elaboración de mensajes periodísticos, sin interesar el medio o canal empleado para su propagación” (p. 31).

Ante lo explicado, este tipo de lenguaje es el que sin importar la manera que sea realizada (oral o escrita), y por cualquier plataforma (desde la radio hasta la web), será diferente a cualquier otro porque su propósito es la difusión masiva, mediante este recurso un periodista puede realizar un correcto tratamiento sobre un hecho.

El periodista deportivo peruano recoge tendencias que comparten varias partes de Sudamérica. Sustento de ello lo brinda Gonzáles, C. (2016) señaló aspectos referentes a ello y las cualidades que debería tener:

La labor periodista deportivo se exterioriza con la aplicación de los conocimientos y las destrezas, sin embargo, han de añadir su capacidad técnica y social; además de su habilidad para indagar, examinar, renovar y dar valor a los contenidos (p.18).

A pesar de la “labor ideal” del periodismo deportivo como menciona la cita, parte de ella posee ciertos vicios ya sea por tendencia como se mencionó anterioridad, o por la postura editorial del medio en el que trabaja.

Uno de los primeros aspectos que posee el lenguaje del periodismo deportivo peruano es la **futbolización** tal como mencionó Gonzáles, C. (2016):

“Una cualidad del perfil del periodista deportivo peruano es el descomunal espacio que se le concede al fútbol; esto se ve manifestado en periódicos deportivos como *Líbero*, que debería etiquetarse como “diarios futboleros”” (p. 21).

Este es un problema del que se mencionó en la realidad problemática, no ajeno a solo la prensa escrita o digital, sino en varias plataformas, sin embargo, durante esta investigación se resolverá si el *Diario Depor* también recae en este aspecto.

Otro aspecto que el autor señala en el que recaen los diarios es el **Sensacionalismo**, así Gonzáles, C. (2016) lo definió:

“La exageración de los hechos, dicho en otras palabras, entrega excesiva importancia a determinados acontecimientos deportivos, de tal manera que se hace una noticia de un tema sin tanta relevancia” (p.21).

Dicho de manera coloquial, el autor reafirma que ello es otro vicio que posee la prensa deportiva, realzando cualidades o hechos que pueden simplemente parte de una actividad cotidiana del deportista, por ejemplo, cubrir un entrenamiento de fútbol, en lugar del logro sudamericano de un ciclista.

Sumando a ello, también está la subcategoría **lenguaje espectacularizado**, del cual Gonzáles, C. (2016) lo definió de la siguiente manera:

“El tercer punto revelador del periodismo deportivo es la inserción de un léxico que tiende a tener una insinuación agresiva, es decir, se usan palabras y frases que exageran lo sucedido y, en algunos casos, llevan al lector a la confusión” (p.21).

Este rasgo por lo general, suele ser notarse mucho en noticias de fútbol, características avocadas a generar excitación en el público lector, a su vez sentimientos patrióticos o apelar a la memoria histórica en encuentros decisivo del “deporte rey”, como, por ejemplo, “El clásico del Pacífico” cuando suelen haber partidos entre Perú y Chile, en ocasiones usando términos bélicos. Sin embargo, en esta investigación se abordará si este lenguaje suele aplicarse en otros deportes y disciplinas.

Finalmente, un aspecto profesional que debe agregarse al lenguaje del periodismo deportivo es la subcategoría **Ética profesional**, a lo cual Gonzáles, C. (2016) se refirió:

“Mostrar una respetable representación pública tanto en el plano moral como en lo físico del periodista. El deporte no es exclusivamente una fuente de información para él, sino que debe formar parte de su modo de vida” (p.19).

Parte de esta labor de trabajar en esta profesión, consiste también en valorar aspectos que contribuyen al desarrollo y sostenimiento de la sociedad. Por esa parte el autor, exhortó una responsabilidad social con el deporte, no sólo es una fuente para crear noticia sino también parte de la comunidad a la que periodista también pertenece.

De acuerdo con Carreño, (2017) el **encuadre o perspectiva periodística** la definió:

“El encuadre es la dirección que el comunicador le confiere a la noticia [...] son las cualidades que el medio usa para realzar la realidad. Puede ensalzar algunos aspectos y reducir otros” (p.58).

En otras palabras, es la orientación que da el periodista, realzando más detalles sobre uno o varios sucesos, restándoles interés a otros con diferentes fines. Este recurso tiene su origen en la teoría de la agenda mediática, como se explicó con anterioridad, al igual que el Framing o encuadre, que comparte similares acepciones.

Pero este atributo no es individual del propio periodista, sino más bien de interés que pueda tener el medio en sí, como lo mencionó Carreño, M. (2017):

“Los medios posicionan los acontecimientos, pero además establecen los atributos de los mismos, es decir, deciden también cómo van a ser presentados” (p.58).

Referente al **subcategoría postura ideológica del diario**, Collazos, (2011) se refirió de la siguiente manera:

La ideología es la manera en que las industrias culturales, de televisión, radio o prensa, comunican el mensaje y maniobran la opinión pública. La forma en que los individuos la entienden y ajustan a sus vidas depende consecuentemente, de la cantidad de información que posean, en este sentido, podría inferirse que las ideologías existen como diarios en el mercado, y por lo tanto, un habitante debería informarse no solamente con un periódico, pues se estaría quedando únicamente con una forma de ver la realidad (p.12).

Entonces, los encuadres que posea un medio de comunicación, darán mayor importancia o tratamiento a un tipo de noticias y otras no, considerando intereses, ya sea por el público que se dirige, intereses que proteja, etc.

Una vez explicados los componentes de la variable comunicacional, seguidamente se mencionan los conceptos del **deporte** y sus elementos.

Si bien el concepto propiamente de “deporte” tiene varias acepciones, este ha ido adquiriendo uno más al enfoque competitivo ya durante el siglo XIX como lo menciona Montero (2018), e incluso el trato como “fenómeno social” en nuestros días:

Fue el término empleado para adaptar el vocablo inglés ‘sport’, que se utilizó para describir al fenómeno del deporte moderno tal y como se entiende en estos días y surgió en Inglaterra a fines del siglo XIX. Llegado a este punto, el contenido semántico de “deporte” renuncia el sentido de pasatiempo a escasos años del siglo XX para enfocarse en los trabajos físicos, competitivos y reglamentados (p.53).

Ante lo señalado por Montero, el significado actual del deporte, partiendo desde el punto de vista mediático, renuncia al sentido meramente recreativo y se enfoca en actividades competitivas, normadas que demanden el esfuerzo físico, esto debido a la tendencia de origen inglés, de acuerdo al autor, empieza a tener una visión más como una “disciplina”, en donde se establecen reglas de como practicarlo y enseñarlo.

Referente a esta posición, Montero (2018) explicó:

El deporte es un sistema institucionalizado de prácticas competitivas, con preeminencia del aspecto físico; determinadas, sistematizadas, codificadas y reglamentadas de manera convencional, cuyo objetivo revelado es, sobre la base de una comparación de pruebas, de marcas, de exposiciones, de prestaciones físicas, elegir al mejor concurrente (el campeón) o de registrar la mejor actuación (récord) (p. 53).

De esta manera, el autor remarca el sentido que tiene el deporte, pues puede partir de lo lúdico, pero se rige bajo un sistema orientado a la competencia, que al final de cuentas es una muestra de la evolución del deporte a lo largo del tiempo. Al igual que cada “juego” o disciplina o deporte se regulan bajo ciertas normas.

Además, Montero (2018), rescató el nivel de formalidad que tiene el deporte y otras características que hacen ser al “deporte” tan apreciado por las personas para poder hacerse llamar un “fenómeno social” en la siguiente cita:

Está organizado dentro de un marco de reglas formales y manifiestas respecto a conductas y ordenamientos, y que es observado por audiencias [...] Este último aspecto, el de ser observado por espectadores, es el que de manera más directa ajusta al deporte dentro del ámbito en el que es atendido en el presente trabajo, el del espectáculo, el cual corresponde a los deportistas de élite (p.54).

Ante esta cita, se observa que el deporte competitivo, se convierte en un espectáculo por parte de las personas que seguidoras y los atletas de alto nivel y si esto se relaciona a los medios de comunicación, en sus múltiples plataformas, ellos forman parte de ese espectáculo, pues se encargan de crearlo.

En ese sentido, el rol de los medios, en este caso la prensa deportiva digital cumple un rol significativo en la promoción del deporte, tal como Forde y Wilson (2018) expusieron:

“Critical engagement with the sports industry and sports media’, ‘expanding conversations relating to sport’, and ‘working with sports journalists’ as strategies for change” (p. 70).

Traducción:

[Compromiso crítico con la industria del deporte y los medios deportivos, expandir el diálogo hacia el deporte, trabajar junto con los periodistas deportivos y generar estrategias de cambio] (p.70).

Ante este punto de vista del autor, el periodismo forma parte del crecimiento de la industria deportiva a través de sus plataformas de difusión, y del que puede generar la expansión y diversificación del deporte.

Una vez considerado lo mencionado, el **deporte como espectáculo**, está contenido como una categoría dentro de lo que comprende el mundo del deporte actual, porque trasciende en la sociedad, pues no es reservado solo para personas que lo practican, sino también para los que van a observar el evento deportivo, hinchas de algún club de fútbol, o simpatizantes de esa disciplina. En consecuencia, a ello, Montero (2018), señaló:

El deporte se transforma en espectáculo cuando su progreso no solo interesa a los practicantes de la actividad (elementos activos de la misma) sino que obtiene relevancia para un público pasivo que encuentra en la admiración del desarrollo del juego una fuente de emociones que van desde el deleite y el asombro hasta el dolor y la decepción. El público deportivo es un componente pasivo en cuanto que no participa estrechamente en la práctica física, pero su presencia sí determina la misma de forma real (pp. 54-55).

Con esta cita, se ha reafirmado una propiedad que poseen los deportes, el de convertirse en un espectáculo y por ende causar impacto en la sociedad. Todavía cabe señalar el hecho de que al autor ha señalado un factor para hacer que el deporte tenga esta propiedad, el público deportivo, aunque no participa en las competencias, ni en los partidos, es a ellos quienes los deportistas y clubes de fútbol se deben buena parte de su difusión y fama.

A continuación, el **público deportivo**, es un subcategoría dentro del espectáculo que es el deporte, pues en ella se ve reflejada las preferencias de la sociedad o sector de esta, si les gusta más el fútbol que el baloncesto, o el atletismo sobre el tenis, es aquí donde Montero (2018) explicó:

El público deportivo es un componente pasivo en cuanto que no participa de manera directa en la práctica física, pero su existencia sí determina la misma de forma tangible. De esa manera, el deporte se adecúa al público favoreciendo la admiración del juego por parte del mayor número permitido de personas a cambio de una explotación comercial del mismo, con lo que surte en una categoría económica capaz de hacer ganar dinero a los actores del deporte (p.55).

En este aspecto, el papel del público hace que algunos deportes y disciplinas sean más comerciales a estas, pudiendo ocasionar su desarrollo o retraso, haciendo de ellas un producto. Esta cualidad también es aprovechada también por los medios de comunicación, que, como empresas, también buscarán tener rentabilidad cubriendo deportes “más comerciales”.

De acuerdo con los autores, ya mencionados, la presencia del público deportivo va de la mano con el espectáculo y este a su vez viene acompañado de eventos deportivos, siendo muy importante para la difusión y promoción de éstos, un ejemplo de ello son los **Juegos Panamericanos** tal como lo indicó Regalado, et-al (2015), en la siguiente cita se refirió:

Uno de los primordiales ejes para mejorar los lazos de unión y amistad entre las naciones de nuestro continente, a partir de la promoción y desarrollo del deporte, lo constituyen los juegos panamericanos; los cuales tienen el potencial de producir progreso social y económico en las ciudades sede (p. 15).

Volviendo con las categorías dentro del deporte, el **deportista** toma parte de esta investigación, pues él/los quien o quienes toman parte activa del desarrollo de este, a lo que Montero (2018), dio una aproximación:

Es el que de forma más clara resalta al deporte dentro del espacio en el que es tratado en el presente estudio, el del espectáculo, el cual atañe a los deportistas de élite. Referente a la alta competición, el deporte se divide de otros aspectos en los que evoluciona de forma muy diferente, ya sea en el aspecto lúdico o de recreo (p.53).

Ante la aproximación sobre el tipo de deportista que genera espectáculo y con el que trabajan por lo general, los medios de comunicación. El deportista profesional y de élite, marcando diferencias de otro tipo de deportistas que tienen fines meramente educativos o de recreación.

Una vez señalado al tipo de deportista con el que se va a tratar, Jofré (2014) lo clasificó en los siguientes subcategorías:

El **deportista profesional**, “Se define profesional a todo deportista que directa o indirectamente basa su situación socioeconómica, en su vida actual o futura, en la práctica deportiva” (p.30).

Este deportista, por lo general, ya instruido, frecuenta sus participaciones en eventos deportivos como sudamericanos, nacionales, y es patrocinado, además de recibir subvención económica. En este rango incluyen futbolistas de segunda o primera división en fútbol, atletas subvencionados por el Estado y atletas calificados.

Los **deportistas de élite**, de acuerdo con Jofré (2014), los definió en esta categoría:

Los deportistas compiten, no solo con el reto de ganar, sino también de romper una marca determinada, el record olímpico, por ejemplo, es la particularidad de este tipo de deporte. Este tipo de deporte se identifica por la súper especialización y desarrollo de la disciplina deportiva, lo que implica la extrema entrega por parte de los deportistas (pp. 30-31).

Un ejemplo claro de ello, son los deportistas en lo que se han de centrar los Juegos Panamericanos Lima 2019, debido a que muchos de ellos, para llegar a ello no solo han tenido que “ganar”, si no también romper marcas nacionales e internacionales para poder competir en eventos de mayor relevancia hasta llegar a este evento continental, que también servirá para hacer marcas rumbo a los JJ.OO Tokio 2020, cabe resaltar que este tipo de deportista obtiene más beneficios, pues su sola presencia es una marca personal y de las empresas que apuesten por él en pro de su promoción.

A su vez, **Categoría económica del deporte**, explica el financiamiento que recibe para su promoción, pues no es un secreto que el deporte es una industria muy rentable y que tiene intereses tanto estatales como privados, como Benito, H; et-al (2017) afirmaron en la siguiente cita:

Dentro del negocio del deporte, se observan varios sectores afines y de apoyo, como las entidades privadas y públicas. El gobierno es quien consigna parte del presupuesto en una partida para el deporte en general a través del Instituto Peruano del Deporte hacia las federaciones deportivas. Existen múltiples corporaciones privadas que apoyan al deporte a nivel nacional a través de inversiones en actividades deportivas lo que promueve la publicidad y por consecuencia, el estatus de la marca (p. 29).

Al mismo tiempo esta postura sobre la financiación a los deportes y, se debe en gran manera a las ganancias económicas a la publicidad y la promoción de deportistas como imagen de alguna marca.

En primer lugar, el **subcategoría Financiamiento público o estatal**. En este aspecto, Jofré (2014), lo definió:

Los modelos públicos o estatales, se determina porque el Estado asume el papel primordial, ya sea planeando, administrando y difundiendo la actividad deportiva. Así mismo, es el Estado el que habitualmente invierte en su totalidad las actividades deportivas, las federaciones y las demás instituciones respectivas (p.60).

Dándose el caso de los eventos organizados por el Instituto Nacional del Deporte (campeonatos nacionales de atletismo, por ejemplo), el Estado interfiere directamente en su difusión, promoción y organización, considerando que la mayoría de federaciones deportivas del país, están sujetas a la administración pública y no privada como lo es la Federación Peruana de Fútbol.

Referente al **subcategoría Financiamiento Privado o Mixto**, puede tomarse por ejemplo en este caso, la Liga 1(descentralizado) de fútbol, por lo general es organizada por socios de clubs deportivos, empresas, y asociaciones de solvencia económica, prueba de ello es brindada por Jofré, (2014), quien expresó:

Se identifica porque tanto el sector estatal como el privado, armonizan su actuar y trabajan asociadamente para el impulso y desarrollo del deporte. Los países que se identifican dentro de este sistema reconocen la función social que posee el fenómeno deportivo, por lo cual mediante la ley buscan desarrollar y promover su actividad entre la población (p.62).

Asimismo, otro ejemplo es cuando un evento deportivo, como los juegos panamericanos, ofrecen a la venta los derechos de transmisión del evento a los medios de comunicación, también están los patrocinios a deportistas y clubes deportivos, incluso organizaciones sin fines de lucro.

En este siguiente punto, sobre los **diarios digitales**, variable interviniente de este estudio, se considera necesario explicar su significado, para ello Martínez (2013) definió:

Un diario digital es el que utiliza el lenguaje multimedia, recurre a la interactividad, hipertextualidad, se actualiza y tiene presencia en internet, a la vez que es capaz de intermediar entre los hechos y el público, a través de la producción de contenido con uso de técnicas y criterios periodísticos (p. 77).

De acuerdo con lo citado, la versión web de un periódico, es un diario que recurre a las herramientas que ofrece internet, que van en constante actualización para tener una presencia en ella, en las redes sociales, convierte la información de un hecho en contenido periodístico y las difunde al público.

Respecto al funcionamiento de los medios digitales deportivos en esta plataforma. Para ello, Manfredi, Sánchez y Herranz de la Casa (2015) explicaron:

Se asume como un terreno complejo en lo que respecta al periodismo donde la especialización se produce por circunstancias (fundamentalmente fútbol, que suele acaparar cerca del 70% del grosor diario de los espacios informativos) e inclusive va más allá del deporte para hacerse sobre un solo un equipo [...] todo ello prevaleciendo el ámbito de promoción del propio medio y, por lo tanto, de la colectividad a la que este pertenece y del tipo de lector o usuario al que se dirige (p.78).

Este tipo de periodismo deportivo tal como señalan los autores, este periodista es uno que está en contacto con una comunidad que gira en torno al diario, no es un público lector, casual o parte del público objetivo, sino un grupo social que simpatiza con el tipo de medios que produce, traduciéndose también en hacer.

Por otro lado, una de las tendencias que siguen los diarios deportivos digitales, en lo que refiere a la producción de noticias, Fondevila, Rom y Santana (2016), indicaron:

“El uso de hipertextualidad es siempre interno y circunstancial, lo multimedia se concentra en las fotografías y la interactividad producida en los comentarios [...] además de ser un periodismo condicionado por la emergencia (la constante presencia de las retransmisiones en vivo)” (p. 136).

Acorde a lo citado, se entiende que, en el periodismo deportivo, la necesidad de inmediatez, el deseo de acaparar todas las notas, hacen que algunas herramientas multimedia sean más aprovechadas priorizando más la cobertura del hecho que tratarlo.

Una vez explicado el marco teórico y la conceptualización de las variables, se ha de abordar la formulación del **problema general**

- ¿Cuáles son las características del **tratamiento de la noticia** en la promoción del **deporte** de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019?

Posteriormente ante lo planteado se formulan los **problemas específicos**

- ¿Cuáles son las características que tiene la **noticia** en la promoción del deporte?
- ¿Cuáles son las características de los **aspectos del lenguaje periodístico deportivo** en la promoción del deporte?
- ¿Cuáles son las características de la **perspectiva periodística** en la promoción del deporte?

En seguida se expone la **justificación de estudio** de esta tesis y sus variantes.

Primero, la **justificación teórica**, este trabajo científico se sustenta en teorías de la comunicación, partiendo desde el estructuralismo, considerando que es una de las teorías que se centran en explicar la estructuración del mensaje desde la unidad más ínfima que es el signo, y como este se ha ido desarrollando a través del tiempo con el fin de poder expresar pensamientos, sentimientos, nombrar a las cosas y explicar los acontecimientos que ocurren a nuestro alrededor.

Por otro lado, está la Agenda Setting o agenda mediática, donde los medios eligen los temas que van al público, en este caso los deportes, jerarquizando unos sobre otros, por intereses que sean propios o externos, pudiendo a veces no dirigir las acciones de opinión pública, pero sí en qué tema deben pensar.

De la misma manera aporta la teoría del Encuadre, que de la mano de la agenda mediática, esta teoría bastante actual resulta de vital importancia en los medios digitales, pues esta permite realzar información sobre los acontecimientos que ocurren en su realidad, generando reflexión sobre la gravedad de cierto suceso, y en el campo del periodismo deportivo puede lograr incluso sentimientos en los lectores o usuarios, pudiendo generar sentimientos de identidad, exaltación, debido al enfoque que se da sobre algún logro de deportivo.

La investigación, se **justifica metodológicamente**, pues en uno de carácter cualitativo, haciendo uso de un guion de entrevista, instrumento para recoger testimonios de especialistas relacionados al deporte, a su vez una guía de observación, que permitirá comparar los puntos de vista de investigados con lo publicado en el medio, con el fin de permitir una visión más amplia de cómo se han tratado las noticias referentes a los Juegos Panamericanos, el cual acoge disciplinas poco practicadas en nuestro país. En particular, de la versión digital del diario Depor, que ha sido el medio de mayor cobertura sobre este acontecimiento previo a su inauguración y el diario deportivo más leído en Lima Metropolitana, según Ecomedia (2017, p.98).

Si bien, esta investigación no busca generar una nueva teoría dentro de las comunicaciones, tiene el propósito de ser un precedente del desarrollo de noticias en los medios deportivos digitales, aportar a la necesidad de investigar sobre ellos, pues en la actualidad, la capacidad que poseen de difundir la información y llegar a las personas, supera ingentes barreras.

Al mismo tiempo, la **justificación práctica**, dará a conocer el tratamiento que se dan a los deportes que participan en Lima 2019, en su mayoría poco conocidos o practicados. Como es bien sabido, los medios reflejan la sociedad, y la valoración que tengan estos sobre otros deportes, serán muestra de la diversificación de las disciplinas deportivas que se desarrollarán en este evento.

Por otro lado, busca dar a conocer la importancia del periodismo peruano en la promoción del deporte de un evento panamericano, en Lima 2019, a través de un medio digital, pues este al tener un gran alcance, a través del tratamiento de las noticias puede generar un mayor interés en el público al que se dirige el diario, además de aportar a posteriores estudios sobre el tratamiento de noticias en diarios digitales en el país.

Cabe resaltar, el empleo de las tecnologías de la información a través de su página web y sobre la que se enfoca este estudio, toma una gran importancia, pues al ser un medio de acceso gratuito en su mayoría, su relación con redes sociales, permite una mayor difusión y retroalimentación con los usuarios y seguidores del medio, previo a los Juegos Panamericanos Lima 2019, como son la Natación, Karate, Rugby, Atletismo y muchos más.

En cuanto a la importancia de este tipo de eventos deportivos, es la infraestructura que dejan a un país, pues los lugares y centros deportivos construidos, permitirán

múltiples usos para la sociedad, a su vez permitir el desarrollo social en varios puntos, el deportivo, educativo, y generar la importancia de tener una cultura deportiva.

Ante lo justificado con anterioridad, la **relevancia** de esta tesis presente reafirma su propósito en dejar un precedente sobre investigaciones relacionadas del tratamiento de las noticias en diarios digitales sobre de eventos deportivos d y deportes no tan practicados en el Perú.

Sucesivamente, se abordará el **objetivo principal** de la presente investigación.

- Analizar el tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano en versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019.

Una vez señalado el objetivo principal se señalan los **objetivos específicos**.

- Analizar las cualidades de la **noticia** en la promoción del **deporte**.
- Analizar los **aspectos del lenguaje periodístico** en la promoción del **deporte**.
- Analizar las cualidades de la **perspectiva periodística** en la **promoción del deporte**.

MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada, pues no busca crear una nueva teoría, más bien se apoya en las teorías creadas para resolver un problema. Para ello, Valderrama, S. (2013), definió:

“Se le designa también activa o dinámica y se encuentra intrínsecamente ligada a la anterior porque pende de sus hallazgos y aportes teóricos” (p.36).

Acuerdo a lo citado por el autor, la investigación aplicada, es la postura que sigue esta tesis pues no busca crear nuevas teorías buscará crear cosas nuevas o resolver, modificar, pero partiendo desde una base teórica, posiblemente siguiendo la orientación que estas poseen. En ese sentido, la Universidad Ricardo Palma (citado en Sánchez y Reyes, 2016), agregó:

“Es nombrada también constructiva o utilitaria; la investigación aplicada tiene como fin, la práctica del conocimiento generado por la investigación pura, otras palabras, busca su empleo” (p.3).

Por lo tanto, una investigación de este tipo tiene como fin buscar hallar formas o alternativas de solución (modificar, agregar, construir) a un problema, haciendo uso de las teorías existentes en una determinada materia de estudio.

2.1.2. Diseño Interpretativo

Hay que considerar que el presente estudio tiene un enfoque cualitativo, por lo tanto, el nivel al cual se ha orientado es **interpretativa**, pues lo que busca la investigación es hallar el significado a los contextos y fenómenos, desde diferentes perspectivas, tal como Hernández, Fernández y Baptista (2014), explicaron:

Pretende hallar sentido a los fenómenos basándose en los significados que las personas les brinden. En el acercamiento cualitativo existe una diversidad de pensamientos y tipos de interpretación, que comparten un aspecto en común: toda persona, grupo o sistema social tiene una manera única de percibir el mundo, entender circunstancias y acontecimientos, la cual se compone por el inconsciente, lo entregado por otros y por la experiencia, a través de la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto (p.9).

De esta manera, el autor explicó el nivel con el que se trabaja este tipo de investigaciones, sobre la cual, esta investigación se aliena, que si bien puede tener un rasgo subjetivo, permite tener también un juicio del problema desde su interior y desde el exterior, es decir, una triangulación, pues se extraen varios conceptos de un mismo hecho, lo que enriquece el estudio.

En ese punto de vista, también Ortiz (2011) definió:

El modelo cualitativo se sustenta en un conjunto de métodos que contribuyen a la profundidad sobre la interpretación de datos. A comparación del cuantitativo, la calidad de la información que se extrae del objeto que se investiga es muy importante, pero también el autor reconoce que no existe una neutralidad y objetividad completa durante el proceso de interpretar los datos, por ello en algunas situaciones se combina o basan en aspectos cuantitativos parte de la investigación, con el fin de evitar que se desvirtúe ese estudio (p.14).

Tras lo mencionado, un estudio cualitativo aporta al investigador a tener una interpretación y un ojo crítico sobre lo que investiga, sin embargo, debe estar avalado en ciertas bases cuantitativas para dar una mayor objetividad sobre el fenómeno o problema que estudia, modelo en el que se desarrolla esta investigación.

2.1.2.1. Sub diseño: Estudio de caso

Este proyecto académico, se ha orientado a este tipo de investigación al basarse sobre el cómo un diario web trata sobre evento deportivo, para ello Hernández, Fernández y Baptista (2014) explicaron:

Un estudio de caso se centra en la descripción y el examen o análisis en profundidad de una o varias unidades y su contexto de manera sistémica y holística, pues busca explicar la causas de los fenómenos y cómo se producen. [...] Una de las ventajas que posee es que permite analizar fenómenos que no ocurren de manera cotidiana (pp. 2-4).

Este tipo de estudio permite analizar fenómenos o eventos, de una manera que permita responder a las incógnitas del investigador de una manera más amplia, además de permitir ahondar en cómo se originan y su funcionamiento, además de que permite al investigador más “flexible”, debido a que se puede hacer uso de más herramientas de recopilación de datos, tanto de manera cuantitativa o cualitativa.

A su vez, Jiménez, V. (2012) se refirió:

“El estudio de caso admite estudiar el acontecimiento u objeto de investigación en su contexto real” (p.142).

Desde esta perspectiva de la autora, el tipo de estudio mencionado es uno de los métodos más adecuados al investigar si lo que se tiene como finalidad aprender sobre la realidad de una situación.

Cabe mencionar, que la razón por la que un estudio de caso es recomendable y viable para el investigador, sobre los que Jiménez, V. (2012), sostuvo:

“Estudiar el fenómeno objetivo, faculta responder el cómo y el porqué, tema poco trabajado o sin ningún antecedente” (p.143).

Acorde a lo mencionado, la presente investigación busca dar las razones de cómo se realiza el tratamiento de la noticia referente a un evento deportivo no común en el contexto del país, es dable un estudio con este corte.

2.1.3. Investigación No Experimental

Respecto a la descripción de la metodología de esta tesis, esta tiene un enfoque no experimental, del cual Hernández, Fernández y Baptista (2014) definieron:

En un trabajo no experimental no se produce ninguna situación, solo se observan escenarios ya existentes, que no fueron incitados intencionalmente en la investigación por quien la hace. En un estudio no experimental, las variables independientes suceden y no es posible manipularlas, no se tiene una intervención directa sobre las mencionadas variables ni se puede influir en ellas, porque ya ocurrieron, al igual que sus consecuencias (p. 152).

Pues en este estudio, no busca manipular situaciones o provocarlas, sino más bien al observar fenómenos, se hacen un recojo de información de ella, una muestra, valiéndose de instrumentos para poder evaluarlos, en cambio un trabajo experimental, permite intervención dentro de ellas, pudiendo ser un hecho de ensayo y error, siendo el investigador parte de las consecuencias.

2.1.3.1. Transversal

En adición a lo citado con anterioridad, la investigación también adopta este corte en su desarrollo, como Hernández, Fernández y Baptista (2014) argumentaron:

“Su propósito es describir las variables y analizar su realización e interrelación en una circunstancia dada. Es como si se realizara una fotografía de algo que está ocurriendo” (p.154).

Conforme a lo mencionado, el autor señala que este diseño refuerza la idea de la “no intervención” del investigador, el simplemente es un observador y recopilador de un acontecimiento o fenómeno en particular, tal como un periodista cuando va al lugar de los hechos y solo cubre el suceso que ya ha ocurrido, como un asesinato, sin tomar parte de ello, solamente recoge los datos observados y extrae información de los conocedores del incidente.

2.2. Escenario de estudio

Es el lugar en el que se basa la investigación, tal como Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirmaron:

“Circunstancia, ambiente o escenario de la investigación, lugar o sitio y tiempo así como accesos y permisos. Su representación completa y particularizada es muy importante” (p. 514).

Por lo tanto, el lugar en el que se desarrolla la investigación, es la versión digital del diario deportivo Depor, el cual tuvo tanto su aparición junto con la versión impresa el 17 de abril del año 2009. Este medio periodístico forma parte del Grupo El Comercio y es dirigido por Guillermo Denegri.



2.3. Participantes

2.3.1. Caracterización de sujetos

Seis personas con conocimientos en periodismo deportivo y periodismo digital, que tiene conocimientos tanto en el ámbito del deporte, nacional e internacional, en este caso se considera importante pues esta área se asocia a la cobertura de eventos como los Juegos Panamericanos Lima 2019 y a su vez en periodismo digital pues esta plataforma requiere ciertos conocimientos que no siempre se acostumbra a realizar en diarios impresos y 5 lectores de la versión digital del diario Depor.

Entre los entrevistados el grado académico, los que poseen solo el grado de Bachiller son, Erick Osores, Bachiller en Ciencias de la Comunicación, Rosario Salazar, Bachiller en Periodismo, y Margarita Rivera. El título de Licenciado lo ostentan Juan Carlos Hurtado y Virginia Siaden, ambos Licenciados en Periodismo. El entrevistado con estudios de posgrado, es Jonathan Bonilla, Magíster en Periodismo de Agencia.

2.4. Técnicas e instrumentos de evaluación

2.4.1. Técnica de la entrevista

Esta se logra entre el intercambio de preguntas y respuestas de 2 o más personas, pero existiendo 2 roles únicos, el entrevistador y entrevistado, siendo una manera más abierta de extraer información para la investigación, tal como Hernández, Fernández y Baptista (2014), indicaron:

Se define a modo de una reunión para dialogar y cruzar información entre una persona (el entrevistador) y otra (entrevistado) u otras (entrevistados). En el extremo caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. Durante la entrevista, mediante las preguntas y respuestas se consigue una comunicación y la construcción conjunta de significados referente a un tema [...] Por ello, las entrevistas sirven como herramientas para recolectar datos cualitativos se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por motivos de ético o complejidad (p.403).

De acuerdo con la parte final de la cita, la entrevista puede revelar información que incluso el investigador no pensaba encontrar en su investigación, logrando tener más puntos de vista sobre aquel asunto en concreto.

2.4.1.1. Fuentes primarias

Sobre este ejemplo de fuentes, Hernández, Fernández y Baptista (2014), se refirió:

Las fuentes primarias facilitan información de primera mano, pues se trata de documentaciones que contienen los resultados de los estudios correspondientes. Muestra de esta documentación primaria son: Libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros, etc. (p.61).

En resumen, son fuentes utilizadas para nuestra base teórica de cara a una investigación, dándole sustento verídico y que podrán dar una orientación clara al investigador sobre el objetivo que se está buscando.

2.4.1.2. Fuentes secundarias

Para ello, Hernández, Fernández y Baptista (2014) dieron una aproximación relacionada a como se pueden encontrar a través de un ejemplo:

Es necesario desarrollar una investigación en gran parte de las municipalidades del Estado que sea necesario, de los 46 a nivel local, desde el punto de vista de los sobrevivientes que vivieron en carne y hueso (directos) el conflicto o lo oyeron de sus padres (indirectos) (p.379).

A través de este ejemplo, llama a las fuentes secundarias, indirectas, indicando que estas fuentes de información pueden ser tercerizaciones de los protagonistas u observadores principales del fenómeno, considerando también, sus declaraciones, escritos o material para la investigación.

2.4.2. Herramienta de recolección de datos: Guion de entrevista

Al ser un tipo de entrevista organizada, esta se basan en preguntas ya planteadas en un guión, orientadas a resolver las dudas del investigador, este instrumento de recolección, Hernández, Fernández y Baptista (2014), conceptuó:

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas, [...] en las primeras, el entrevistador ejecuta su función

siguiendo una guía de preguntas determinadas y se enfoca únicamente a ésta, prescribiéndose qué se preguntará y el orden de las interrogantes [...] (p. 403).

Tal como señaló el autor, estas se enfocan solo en extraer información en base a un guion preparado a criterio del investigador sobre lo que desea conocer a las partes conocedoras del problema o suceso.

2.4.3. Guía de observación

Es un instrumento que se emplea cuando el investigador va a realizar una observación de tipo estructurada, del cual Campos y Lule (2012), explicaron:

“Es el instrumento que permite al observador situarse de manera metódica en aquello que realmente es objeto de estudio para su investigación, y sirve para la recolección y obtención de datos sobre el suceso o fenómeno” (p.56).

Esta guía permite ofrecer información clara de los hechos mientras el sujeto va realizando su investigación, pudiendo contrastar o consultar, por ello es necesaria la objetividad durante la recopilación.

2.4.4. Técnica: Análisis de contenido

De acuerdo con Campos y Lule (2012), definieron:

“La observación por sí misma, consiste en usar los sentidos, ya sea para analizar, describir, o explicar, desde un punto de vista científico, válido y confiable de algún hecho, objeto o fenómeno” (p.47)

Esta técnica por naturaleza suele ser el punto de partida para toda investigación, en el que percibiendo todo a través de los sentidos busca intentar dar una explicación desde una perspectiva científica del cual se puede recopilar dependiendo en un instrumento.

Mencionado el concepto, Neuendorf (2017) se refirió al contexto actual de esta técnica en tiempos de digitalización:

“Historically, the process of message production has not been of direct concern to the content analyst. However, in the interactive age, the creation of mediated messages has become an issue of critical concern” (pp.207-208).

Traducción:

[“Históricamente, el proceso de producción de mensajes no ha sido una preocupación directa para el analista de contenido. Pero en la era interactiva, la creación de mensajes mediados se ha convertido en un tema de preocupación crítica”] (pp.207-208).

Lo dicho por el autor, denota un profundo interés por el uso de esta técnica, pues permiten recoger de manera organizada datos cualitativos y cuantitativos, pues el aumento de herramientas, el crecimiento de la interactividad a través de internet demanda un mayor uso de esta técnica.

2.5. Procedimiento

2.5.1. Variables, Operacionalización

2.5.1.1. Unidad temática independiente

- Tratamiento de la noticia.

2.5.1.1.1. Categorías

- Noticia, aspectos del lenguaje periodístico deportivo, encuadre periodístico

2.5.1.1.2. Subcategorías

- Realidad o acontecimiento, cualidades de la noticia, construcción de la noticia, futbolización, sensacionalismo, lenguaje espectacularizado, ética profesional.

2.5.1.2. Unidad temática dependiente

- Deporte

2.5.1.2.1. Categorías

- Deporte como espectáculo, deportistas y categoría económica del deporte.

2.5.1.2.2. Subcategorías

- Público deportivo, juegos panamericanos, deportista profesional, deportista de élite, financiamiento público o estatal, financiamiento privado o mixto.

2.5.2. Operacionalización de variables

UNIDAD TEMÁTICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORIA	SUBCATEGORIA
Tratamiento de la noticia	Suárez, (2017). Es la forma en que los medios eligen la información; la transforman en imágenes y en textos, la ubican en las páginas y la ponen en circulación. Es un sistema diseñado para analizar diferentes tipos de información, valiéndose de subcategorías que permiten verificar el mayor número de elementos posibles en el discurso periodístico (p.32)	Es el proceso por el cual atraviesa toda información antes de convertirse en una noticia, pues más allá de un mero hecho, es labor del periodista dar su criterio, priorizar la información sobre otras, y componer la noticia, para luego ser difundida.	Noticia	a) Realidad o acontecimiento b) Cualidades de la noticia c) Construcción de la noticia
			Aspectos del lenguaje periodístico deportivo	a) futbolización b) Sensacionalismo c) Lenguaje espectacularizado d) Ética profesional
			Encadre o perspectiva periodística	a) Postura ideológica del diario
Deporte	Montero, (2018). El deporte es un sistema institucionalizado de prácticas competitivas, con predominio del aspecto físico delimitadas, reguladas, codificadas y reglamentadas convenientemente, cuyo objetivo confesado es, sobre la base de una comparación de pruebas, de marcas, de demostraciones, prestaciones físicas, designar al campeón o de registrar la mejor actuación (p.53).	El significado actual del deporte, partiendo desde el punto de vista mediático, renuncia al sentido meramente recreativo y se enfoca en actividades competitivas, normadas que demanden el esfuerzo físico, esto debido a la tendencia de origen inglés, de acuerdo al autor, empieza a tener una visión más como una “disciplina”, en donde se establecen reglas de como practicarlo y enseñarlo.	Deporte como espectáculo	a) Público deportivo b) Juegos Panamericanos
			Deportista	a) Deportista profesional b) Deportista de élite
			Categoría económica del deporte	a) Financiamiento público o estatal b) Financiamiento privado o mixto

2.6. Rigor Científico

Este aspecto de la ética que aplica el investigador a sus proyectos, siguiendo pasos para lograr detectar y dar un conocimiento, aproximación o solución de un problema. En ese sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señaló:

El llevar a cabo una correcta investigación es necesario ejercer el rigor científico, es decir, seguir un método científico. El logro de toda investigación científica depende, en buena parte, de que el científico decida investigar acerca de un problema planteado de manera correcta (p.168).

A favor de este punto, Hofseth (2018), a través de esta analogía, expresó:

Scientific rigor can be visualized as a ship that has to be built with expert and sturdy craftsmanship. This will not only ensure it is kept afloat, but with ethical scientists to captain the ship, it will keep sailing in the appropriate direction (p.21).

Traducción:

[El rigor científico se puede visualizar como un barco que debe construirse con mano de obra experta y sólida. Esto no solo garantizará que se mantenga a flote, sino que con científicos éticos para capitanear el barco, seguirá navegando en la dirección adecuada] (p.21).

Mediante esta analogía, el autor revela la importancia del rigor científico para la solución de un problema académico, y la necesidad de los valores éticos en el investigador para poder dar un trabajo impecable.

2.6.1. Criterios de evaluación del instrumento

Se hizo la comprobación de los instrumentos a aplicar en tres catedráticos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, dando corroboración de su aprobación, sus datos personales, en el que se siguieron criterios como relevancia, pertinencia y claridad, considerando valores desde 0.70 a 1.00 como aprobatorio.

2.6.2. Validez

En explicación sobre el instrumento para certificar la validez de un instrumento cualitativo, está la V de Aiken, del cual Escurra (1988), se refirió:

La manera más frecuente para efectuar la eficacia de contenido por juicio de los expertos, consta en requerir la conformidad o desaprobación de la inserción de un ítem en la prueba por parte de varios jueces, cuya cantidad puede variar de acuerdo a los requerimientos del instrumento (106).

De acuerdo a lo citado, el investigador busca la evaluación de expertos en la materia y relacionados con el fin de verificar la eficacia de su instrumento, que puede ser por ejemplo, un guion de entrevista, como es en el caso de esta investigación, en el que los jueces señalan acierto y desaciertos en las preguntas que plantea el investigador, teniendo que corregirlas o mejorar para tener un instrumento válido a emplear en el campo.

Expertos	DNI	V de Aiken
Rodolfo Fernando Talledo Sánchez	45222780	1.00
Tomás Alberto Garay Avendaño	16022908	0.93
Jéssica Lisset Chávez Murga	46347183	1.00
PROMEDIO		0.98

2.7. Método de análisis de información

2.7.1. Población

La población, conocido como universo, es la población de la cual el investigador hace una investigación, pero para ello, no aplicará a todos el instrumento, sino que partirá desde una generalización, tomando una muestra de ella, una que pueda representar a este universo, al que Hernández, Fernández y Baptista (2014) puntualizaron:

“Población o universo es el acumulado de todos los casos que concuerdan con ciertas especificaciones” (p.174).

En ese sentido, la población está conformada por las noticias del diario digital Depor durante los meses de marzo y abril del 2019.

2.7.2. Muestreo No probabilístico

El tipo de muestreo que se realiza en esta tesis es no probabilístico, procedimiento que Hernández, et-al (2014) se refirieron:

“Los muestreos no probabilístico o dirigidos poseen mucho valor, pues logran extraer los casos ya sean personas, objetos, circunstancias o situaciones de interés para el investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos” (p. 191).

Partiendo desde un punto de vista cualitativo, este tipo de muestreo permite una mayor recolección de información sobre perspectivas de los entrevistados.

2.7.3. Muestra

De acuerdo a la orientación del trabajo académico, Hernández, et-al (2014), explicó:

“Llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p.189).

Acorde a lo citado, la muestra escogida para esta investigación está conformada por las noticias del diario digital Depor de marzo a abril del 2019 relacionadas a los Juegos

Panamericanos, además de los seis expertos que serán participantes durante la aplicación de la técnica de la entrevista 6 relacionados al periodismo deportivo o digital y 5 lectores del diario Depor.com.

2.8. Aspectos Éticos

Son parte fundamental en el desarrollo de una investigación, pues ella contribuye a la resolución de un problema existente en la sociedad. Mencionada esta aclaración, en los siguientes puntos se explican estas cualidades éticas.

2.8.1. Objetividad

Scientific operations must be expressed clearly enough that other people can repeat the procedures. Only when all these conditions are met is it possible to say that an observation is objective. This

form of objectivity has been called "intersubjectivity" and is crucial to scientific explanations. (Gibbs, 2015 p. 50).

Traducción:

[Las operaciones científicas deben expresarse con la suficiente claridad para que otras personas puedan repetir los procedimientos. Solo cuando se cumplen todas estas condiciones es posible decir que una observación es objetiva. Esta forma de objetividad se llama "Intersubjetividad" y es crucial para explicaciones científicas] (Gibbs, 2015 p. 50).

Para lo mencionado por los autores, esta explicación sobre la objetividad científica es adecuada para las investigaciones como la de este estudio, pues se recoge la información sobre un suceso a través de especialistas en la materia.

2.8.2. Originalidad

The word Originality means combining old ideas and methods together in a new fashion and way rather than meaning thinking about something that was never done and thought before. [...] It can be finding of preexisting concepts and views, which are offered with a completely diverse point of view (Shareef, 2018, pp. 1-2).

Traducción:

[La palabra originalidad significa combinar viejos ideas y métodos juntos de una nueva manera y mucho más que significado pensar en algo que nunca se hizo y pensó antes. [...] Puede ser encontrar conceptos y puntos de vista preexistentes que se ofrecen con un punto de vista completamente diverso] (Shareef, 2018, pp. 1-2).

De acuerdo con las declaraciones del autor, no siempre se trata de crear algo totalmente nuevo, si no partir de algo ya conocido y darle un nuevo uso, una nueva perspectiva, es por ello que se pueden encontrar mismas variables con diferente enfoque, o diferentes soluciones a los mismos problemas.

2.8.3. Veracidad

Referente a este aspecto, Byrd y Winkelstein (2014) conceptuaron:

“The professional duty to provide accurate, timely, objective, and comprehensive transmission of information, as well as the truthful ways professionals work to foster” (p. 248).

Traducción:

[“El deber profesional de proporcionar una transmisión de información precisa, oportuna, objetiva e integral, así como las formas veraces los profesionales trabajan para fomentar la comprensión”] (p. 248).

Ante esta aclaración, los autores expresaron la importancia de este valor dentro del desarrollo de la investigación, pues en ella se buscan dar soluciones a problemas verídicos.

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS

3.1. Resultados

3.1.1. Entrevistas a especialistas

El primer cuestionario, a través de la técnica de la entrevista se aplicó a 6 especialistas de periodismo deportivo o digital, se realizaron 13 preguntas a cada uno de ellos, las 8 primeras corresponden a la variable **Tratamiento de la noticia**, y las 5 últimas asociadas a la variable **Deporte** y responder al problema general de esta de investigación: ¿Cuáles son las características del tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019?

La primera pregunta responde a la categoría **noticia** y la subcategoría **acontecimiento**.

Pregunta 1:

¿Qué importancia tuvieron los acontecimientos previos a Lima 2019 en Depor.com?

“Depor se puso la camiseta, le dio un lugar importante a los Juegos (Panamericanos), tiene un valor que parece mayor porque en las fechas previas había incertidumbre, dudas en torno a la realización, a la preparación de los deportistas peruanos”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Por el tema de la preparación, llegar a tiempo de los escenarios deportivos, cómo se iban preparando nuestros atletas...tanto Depor como otros diarios deportivos”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Vi un apoyo no solamente por Depor, sino también por muchos medios apoyaron en cubrir la organización de los Panamericanos en sus previos”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Previo a los juegos la información ha sido muy básica, pero en función de lo que Lima 2019 otorgaba a los medios, no en función de lo que los medios debían hacer teniendo

en cuenta que es algo deportivo y lo que se venía era un acontecimiento que era muy importante”.

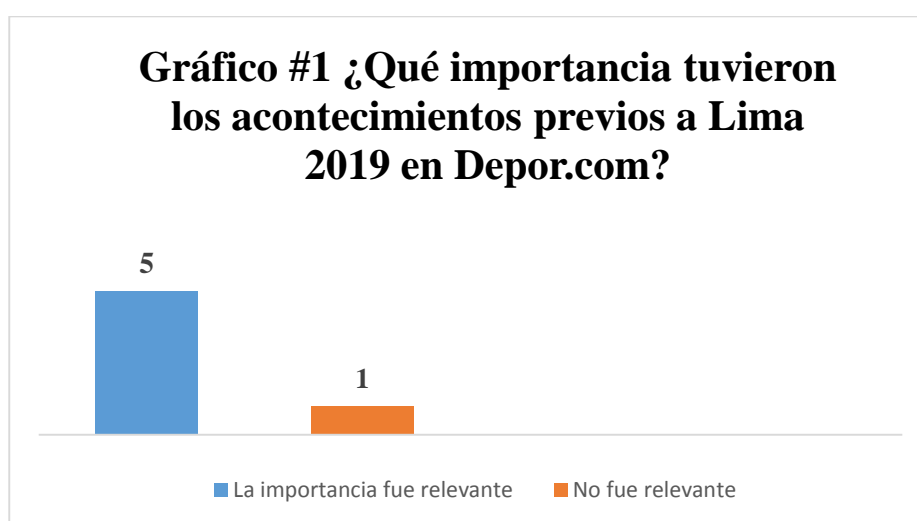
Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“Se trabajaron los temas con mucha anticipación y se delineó un equipo de trabajo que realizaba las entrevistas a todos los deportistas clasificados, con notas de entrevista, de fondo, un repaso por su carrera y los repaso del avance de los Juegos (Lima 2019)”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Empezó como 2 o 3 meses antes con la preparación de un plan que no sólo proyecte en la plataforma digital, sino también en la plataforma física, versión impresa. Perfiles de algunos deportistas que podían llegar al medallero... no era solamente un evento deportivo que implicara una cobertura de 'ir a ver los escenarios o cuando inicie la competencia arranque todo el tema' no, hablamos del segundo evento multideportivo más grande del mundo”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.



Análisis de la pregunta 1:

En la información declarada por los 6 entrevistados, 5 de ellos señalan que los acontecimientos previos a los Juegos Panamericanos sí tuvieron una importancia considerable para Depor.com, a excepción de Margarita Rivera, que señala que no pudo darse mayor profundidad estos hechos previos, pero que también esto dependía de la información que brindase la organizadora del evento multideportivo.

La segunda pregunta responde a la categoría **noticia** y al subcategoría **cualidades de la noticia**

Pregunta 2:

Sobre el diario web Depor ¿Qué cualidades considera que existieron en la elaboración de las notas deportivas?

“Insisto, no diferencio a Depor de los demás, yo podría hablar de mi experiencia. Si te doy el caso de América por ejemplo, hicimos una antesala, respetable de los Juegos... todo medio de comunicación está ligado al interés e insisto, a las vistas de la gente”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“El diario Depor tiene una característica que un poco lo resalta del resto, que es un poco el lenguaje directo, o sea "no voy a ahondar en jergas ni de términos muy complicados" para que el ciudadano que sabe poco o nada de un deporte”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Hay una redacción web donde predominan los textos cortos, no son bastante largos. La tipografía también aceptable y siempre los titulares son llamativos”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“La inmediatez si me preguntas sobre la versión web, si me preguntas también en general sobre Lima 2019. Creo que la inmediatez es lo más destacable de una noticia, en algunos casos en tiempo real, que ha sido bueno, teniendo en cuenta la cantidad de lectores que tiene el diario”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

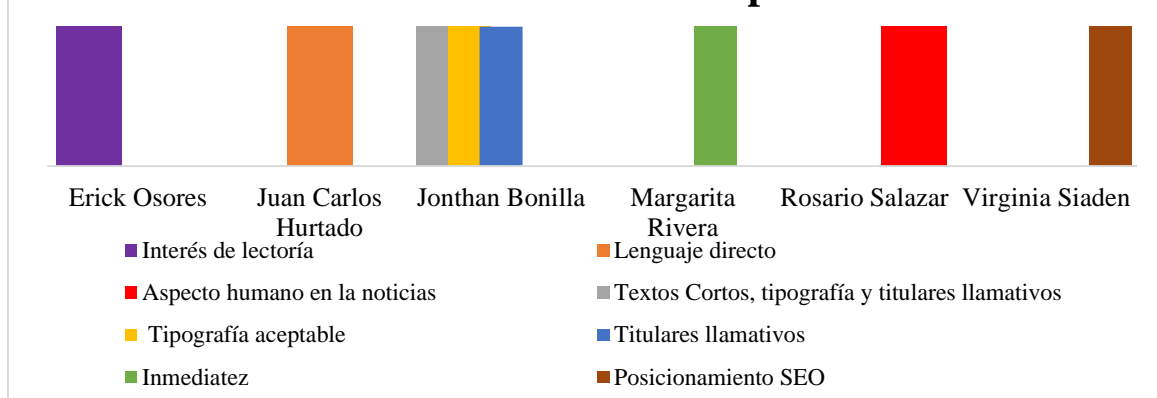
“Nosotros siempre tratamos de buscarle un aspecto humano a la noticia, que el lector pueda conocer un poco más al personaje de fondo”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“La cobertura digital implicaba era que tuviéramos un conocimiento bastante amplio del posicionamiento SEO (Optimización en Motores de Búsqueda)”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #2 Sobre el diario web Depor ¿Qué cualidades considera que existieron en la elaboración de las notas deportivas?



Análisis de la pregunta 2:

Las cualidades apreciadas por los expertos resultan heterogéneas y en caso del periodista Erick Osores, una comparativa del diario Depor.com con el medio al que pertenece, América TV, en su versión web. Ante ello, se resaltan las siguientes características: Interés de lectoría, lenguaje directo, textos cortos, buena tipografía, titulares llamativos, inmediatez, aspecto humano, y posicionamiento de la noticia.

La tercera pregunta responde a la categoría **noticia** y al subcategoría **construcción de la noticia**.

Pregunta 3:

¿Cómo fue la construcción de noticias en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019?

“Ascendente, diría yo, y tengo la impresión como que yendo moderadamente, “no jugados” y vemos también que noticiosamente la Copa América estaba por delante de los Panamericanos, en tiempo y en importancia en ese momento”.

Erick Osores – Periodista deportivo de América TV.

“Si vamos a hacer un cálculo de Depor, le vamos a dar un flujo de web, un 20% a 15% de cobertura a los Panamericanos en los meses previos, ante la competencia que es el fútbol. Estamos hablando de una competencia fuerte de fútbol este año 2019, porque ha tenido la Copa América, entonces el diario ha tenido que tratar de dividir su información”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Pienso que la cobertura ha sido total... también la web ha delegado gente en la Videna... y en lugares donde por lo general se han ido desarrollando estas disciplinas deportivas para que la cobertura sea total”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“A veces se sacrifica inmediatez por calidad y se olvidan de la estructura básica de una nota periodística y del periodismo en sí, el periodismo tiene sus propias reglas. Reglas que no se están cumpliendo y que está permitiendo principalmente en función de ello”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

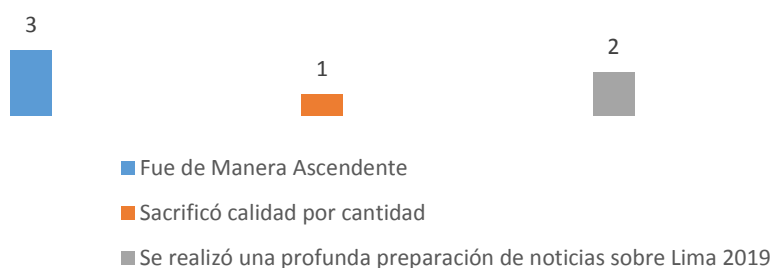
“Se elaboró una lista de previos eventos a los Juegos, como entrevistas de fondo y con noticias que puedan crear el ambiente propicio para que la gente se involucre con los juegos. Los juegos se empezaron a trabajar aquí hasta con 1 año de anticipación y nuestro equipo fue involucrándose con todo lo que venía con la preparación”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Teníamos que tener 3 cosas en cuenta, si mal no recuerdo. El deporte, nombre del deportista... Y el tag de Lima 2019”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #3 ¿Cómo fue la construcción de noticias en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019?



Análisis de la pregunta 3:

En las respuestas los expertos señalaron que la construcción de noticias fue de manera ascendente, ocupando poco a poco mayor cantidad de noticias conforme iba acercándose la fecha del evento, además se trabajó una agenda y sobre palabras clave para lograr relevancia de las noticias sobre los Juegos Panamericanos. Por otro lado, una de las especialistas afirmó que en el desarrollo de estas noticias, se sacrificó calidad por cantidad y 2 periodistas informaron que sí hubo una preparación profunda sobre las noticias de Lima 2019.

La cuarta pregunta responde a la categoría de **aspectos del lenguaje periodístico** y al subcategoría **futbolización**.

Pregunta 4:

¿Existe tendencia a la futbolización en el contenido de las notas del diario digital de Depor?

“Es que es inevitable, lo que te decía es inevitable eso es lo que pide el negocio, lo que pide la noticia. Había eventos importantes de partidos y en Depor, si tú revisas sus páginas webs tiene un 70 u 80 por ciento como la mayoría insisto, de noticias futboleras. La gente entra a Depor por eso”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Sí es verdad, básicamente porque el Perú es un país futbolero, es muy difícil tratar de sacarnos esa idea, yo creo que hasta aquel que no le guste el fútbol, al final termina gustándole, siendo invadido por noticias de fútbol”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Sí, definitivamente... no solamente Depor, sino también el Bocón, Líbero... ya sabes, en el Perú la gente consume fútbol. Entonces definitivamente hay una futbolización”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“En muchos casos sí, no en todos. Pero sí se usa el lenguaje futbolístico para poder hacer los comparativos de otros deportistas que practicaban otras disciplinas que en muchos casos no tenían que ver con el fútbol. Entonces el tema pasa aquí, que no hay especialización periodística en los deportes”.

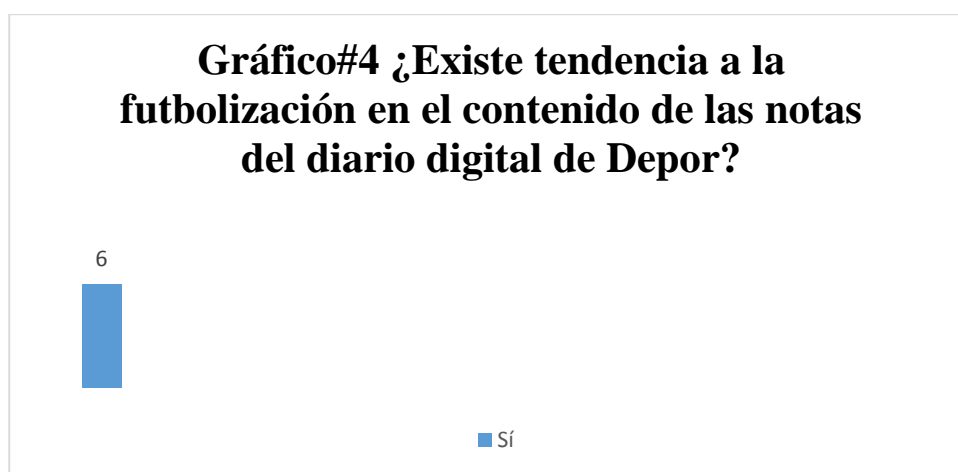
Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“Sí, eso es evidente, tú entras a la web lo que vas a ver es fútbol. Eso es muy difícil de cambiar de un día para otro. La gente es futbolera en nuestro país y no hay otra cultura en cuanto a otro tipo de disciplina”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Toda web va a trabajar en base a posicionamiento. Entonces lo que siempre va a jalar en un medio deportivo es el tratamiento del fútbol, nacional e internacional”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.



Análisis de la pregunta 4:

Todos los especialistas coinciden en la presencia de la futbolización en los medios deportivos, resaltando las siguientes razones: Cultura popular, lectoría, rentabilidad del medio y falta de especialización de los periodistas en otros deportes.

La quinta pregunta responde a la categoría de **aspectos del lenguaje periodístico** y el subcategoría **sensacionalismo**.

Pregunta 5:

¿En qué circunstancias se ha empleado el sensacionalismo en el Diario Depor, en relación a eventos deportivos previos a Lima 2019?

“Yo considero que en el periodismo deportivo es inherente al sensacionalismo aquí y en la China. Si un deportista gana, es dios. Así que el sensacionalismo le ha tocado a los Panamericanos, también le tocó, la misma fórmula”.

Erick Osoros – Periodista deportivo de América TV.

“Yo creo que sí, en algunos momentos el diario Depor ha incurrido en el sensacionalismo, ahorita se me puede venir a la mente a ver qué ejemplo, creo que lo de Mauricio Fiol, en la previa cuando sale el positivo, nuevamente”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Me parece que, pero a lo de Gladys Tejeda sí recuerdo que se mantuvo un seguimiento en Depor, levantaron la nota sensacional”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Lo del caso positivo de Mauricio Fiol y eso ya prácticamente estaba a puertas de los Juegos y creo que fue la noticia en donde más sensacionalismo hubo”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

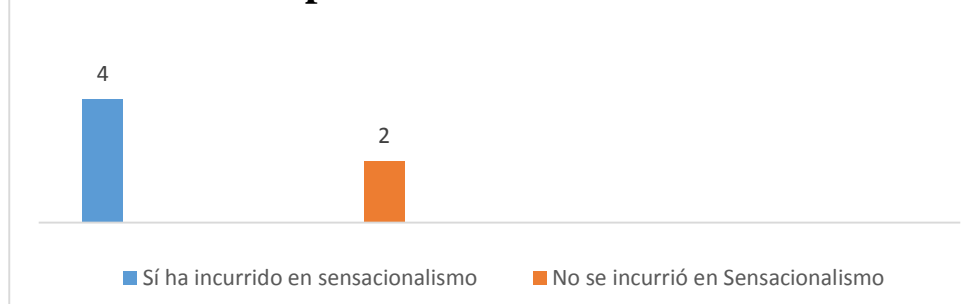
“No, el sensacionalismo no es parte de nuestra línea. De repente un titular llamativo incitando a la gente a conocer sobre algún dato que conocía de algún deportista, de algún atleta. Pero no, evitamos caer en el sensacionalismo. No es nuestro estilo”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Bueno, aquí se evita mucho caer en el sensacionalismo. Particularmente, las notas que se trataron previos a los juegos panamericanos fueron notas perfiles, sobre cómo era este deportista. En el tema de 2019 no se incurrió en el sensacionalismo, porque al usar estas palabras claves para ser tendencia no solo éramos leídos acá en Perú, sino en toda América”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #5 ¿En qué circunstancias se ha empleado el sensacionalismo en el Diario Depor, en relación a eventos deportivos previos a Lima 2019?



Análisis de la pregunta 5:

En la declaración de los entrevistados 4 de los 6 periodistas afirmaron que Depor incurrió en sensacionalismo, pero resaltan sobre todo en la noticia sobre el presunto dopaje positivo del nadador Mauricio Fiol, que se dio a conocer posterior a marzo y abril, meses en los que se centra el presente estudio, mientras 2 de las periodistas, pertenecientes a Depor.com niegan el uso de este recurso. En lo declarado por Erick Osoreo se puede referenciar a Dumitriu, (2018) quien sostuvo lo siguiente:

“Sport “offers a rich source of stories that can, in many ways, function as a direct mirror of national identity” (p.21).

Traducción:

[“El deporte ofrece un extenso recurso de historias que pueden, de varias maneras funcionar como un espejo de identidad nacional”] (p.21).

La sexta pregunta responde a la categoría de **aspectos del lenguaje periodístico** y la subcategoría **ética profesional**.

Pregunta 6:

¿Qué aspectos pueden afectar la ética profesional del periodista deportivo, en Depor.com?

“Con el tema del sensacionalismo de los juegos panamericanos”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Yo creo que básicamente, el sensacionalismo, en algún momento vas a tener que titular por lo más vendedor”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Bueno, que se desinforme, es un aspecto que puede afectar que puede al periodista deportivo”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“La ética yo siento que es algo personal y parte desde el principio básico del respeto, si no respetas, no puedes tener ética porque en base a no respetar nada y mucho menos a las personas”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

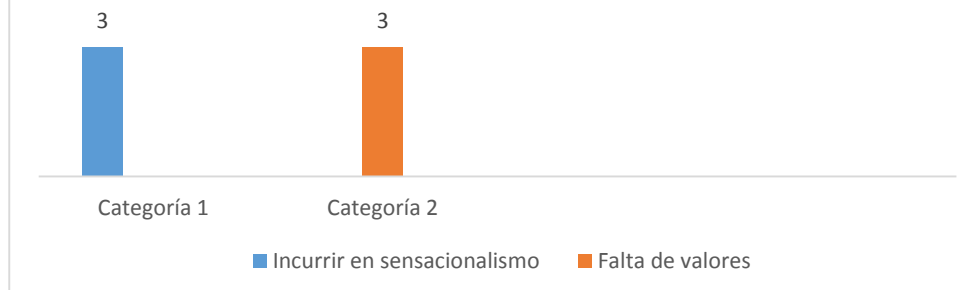
“Todo periodista tiene que ser honesto en su forma de escribir, de pensar y actuar... Y los periodistas que están en Depor tienen esa cualidad. No hemos tenido un caso que haya tenido que ver comprometida su integridad por una noticia”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Creo que lo que tienes que trabajar ahí, es ser imparcial, siempre preguntar, lo básico que siempre te dicen en todos lados, los valores”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #6 ¿Qué aspectos pueden afectar la ética profesional del periodista deportivo, en Depor.com?



Análisis de la pregunta 6:

Tres periodistas señalan que la falta de ética se ve afectada al uso del sensacionalismo y cuando se cae en la desinformación. Mientras las periodistas señalan que la ética se ve afectada por la pérdida de valores como persona.

La séptima pregunta responde a la categoría de **aspectos del lenguaje periodístico** y el subcategoría **lenguaje espectacularizado**.

Pregunta 7:

¿De qué manera se puede emplear el lenguaje espectacularizado en notas sobre deportes ajenos al fútbol en Depor.com?

“Siempre se puede, tiene mucho que ver entran varios factores. El interés de la gente es el más importante. Después, el lenguaje de espectacularidad insisto es inherente al periodismo deportivo, por su naturaleza porque nuestro rubro tiene que ver mucha subjetividad y lo con impactante que resulta ver a un atleta hacer cosas diferentes”

Erick Osoros – Periodista deportivo de América TV.

“Sí, yo siento que sí, pero es subjetivo es un tema subjetivo, igual viene en el tema de los polideportivos, una medalla lograda de forma... vamos a ponerlo de este punto... ¿Qué pasa si un deportista peruano gana una medalla por un reclamo? Tú vas a recalcar que es una medalla para Perú, pero no vas a apuntar que fue por un reclamo en tu titular, porque eso va a generar en cierta manera 'Oye, le está bajando la llanta a los deportistas peruanos', me entiendes, o sea tiene que saber cómo matizar con la sensaciones del público”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Por ejemplo de Tejada, puede ser "¡Tejada vale un Perú!", que bueno, es un dicho muy nuestro, pero no tenemos esa cultura como te digo, o sea inclusive soy periodista y no tenemos esa cultura de poner jergas a otros deportes”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Te refieres a emplear clichés o apodos para el deporte en general ¡Eh siempre se utiliza para todo! Lo vemos en el vóley, que no es fútbol. Pero el tono varía si es sensacionalista o promocional”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

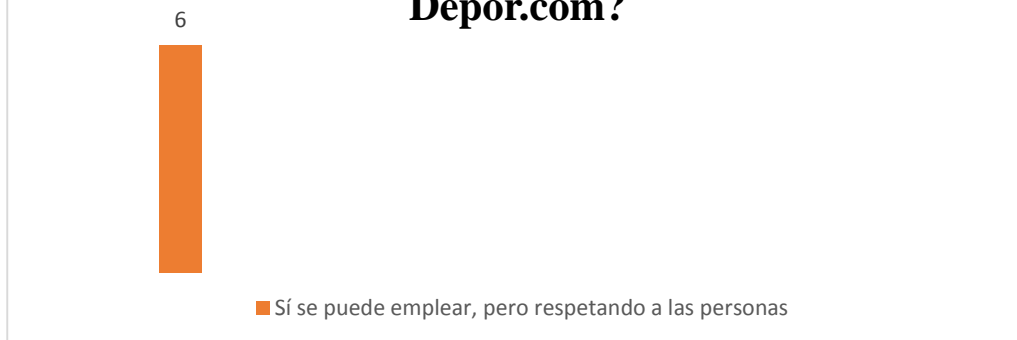
“Bueno sí se puede hacer uso, pero nosotros siempre hemos tratado de tener esa línea de que no llegue a una ofensa o haga sentir incómodo a alguien. Si es que lo hemos llegado a usar, siempre ha sido un término deportivo, no hacemos uso ni abuso de términos tan populares”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Titulares como "¡Nadó contra todos!" en natación, siempre y cuando ese tipo de palabras, situaciones descriptivas, pero lo hacemos básicamente para que el lector se asocie con el deporte con el que se está tratando, no es para exaltar al deportistas, sino para meter al lector en el mundo de esa disciplina”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #7 ¿De qué manera se puede emplear el lenguaje espectacularizado en notas sobre deportes ajenos al fútbol en Depor.com?



Análisis de la pregunta 7:

Todos los expertos coincidieron en que sí se puede emplear el lenguaje espectacularizado, pero este siempre con el debido respeto al sujeto u objeto de la noticia. En ese sentido, el lenguaje puede variar entre lo sensacional y promocional, señalaron.

La octava pregunta responde a la categoría de **encuadre o perspectiva periodística** y el subcategoría **postura ideológica**.

Pregunta 8:

¿Qué postura ideológica considera que manejó el diario sobre los deportes en general durante los meses previos a Lima 2019?

“Entiendo que muy parecida a la nuestra, ir de menos a más. Una cobertura cumplidora y en medida se acerque la fecha darle un poquito más de protagonismo. No te olvides que antes estaba la Copa América, que se quedó con todo el protagonismo”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Meramente informativa, porque creo que era... voy a ahondar un poco en esto... creo que en el Perú no existe un periodismo especializado en ciertas disciplinas. Yo no conozco a algún periodista peruano, o sí lo hay será 1 o 2 especialistas en balón mano, por ejemplo, no conozco un periodista peruano especializado en tiro. Entonces ahí viene un poco el tema”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Yo lo que veo en los panamericanos, que hubo una postura al gobierno, no tengo claramente si es que apoya a un equipo de fútbol, por ejemplo, no sé si apoya a la U, apoya a Alianza o a Cristal, pero le quiero decir algo, de acuerdo a mi experiencia, ciertos medios, en este caso a cierto equipo de fútbol dependiendo también de la publicidad que le entre”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Depor, y la mayoría de diarios deportivos, entre comillas y los digo porque la mayoría no habla de deportes, sino hablan básicamente de fútbol y le dan el último espacio al deporte, estuvo sesgado obviamente ligado al futbol. La Copa América abarcó todo. Desde la tele, hasta los medios de comunicación y los escritos con mayor razón”.

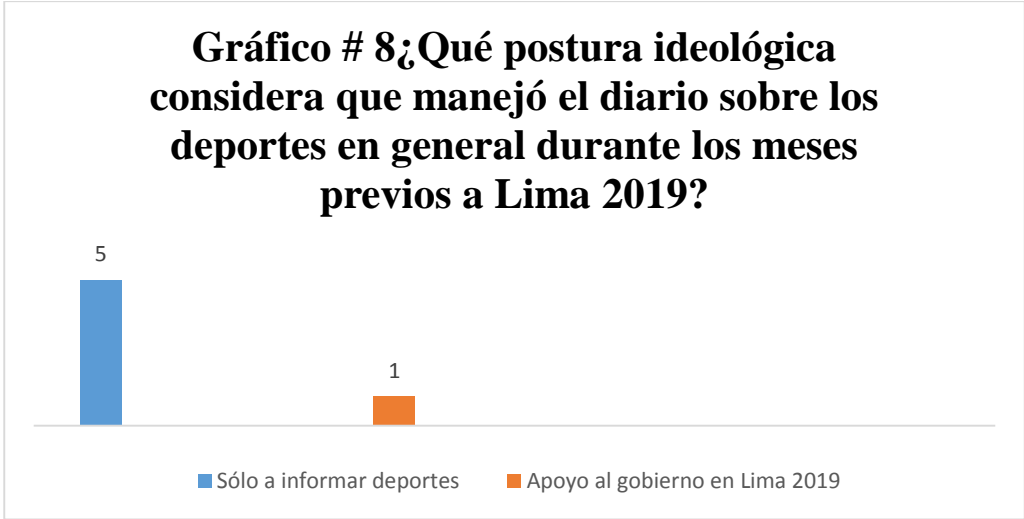
Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“Siempre fue informativa, si comparamos nuestro diario con El Bocón, ellos tienen un estilo completamente distinto, ellos tienen un lenguaje más popular, se podría decir. Pero no tratamos ser ni acartonados ni estirados, pero la nuestra noticia se haga entender”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“No es que hubiera una línea como que parcializada de un lado u otro, nos mostramos o al menos yo considero, bastante esperanzador. Se trató de informar constantemente como iban los avances cada cierto tiempo. Nunca se trató una línea de si lo estás haciendo bien o lo estás haciendo mal (en relación a la construcción de los complejos), si faltó lo esto o lo otro, no fue crítico”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.



Análisis de la pregunta 8:

5 de los 6 especialistas indican que Depor.com ha tenido siempre una línea meramente informativa sobre los deportes. La contraparte por su lado, señala que hubo cierto sesgo a favor del Gobierno, que a través de campañas de salud con los deportistas (una de las noticias de esta fecha), se promocionaba.

La novena pregunta responde a la categoría de **deporte como espectáculo** y el subcategoría **público deportivo**.

Pregunta 9:

¿Qué tipo de público es el que lee el Diario Depor a comparación de otros diarios deportivos?

“Gente enterada que busca noticias deportivas, mantenerse al tanto, interactuar, gente por afición al deporte, por el fútbol especialmente y una reducida parte sí que son polideportivos, que manejan otros deportes.”

Erick Osores – Periodista deportivo de América TV.

“Yo creo que el público que lee Depor, es un público futbolero, que tiene cierto grado de instrucción, no necesariamente me refiero a la persona que no tiene educación superior, que sigue el futbol internacional y noto que Depor le está dando mucha cobertura internacional”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Son gente a partir de los 15 o16 años hasta los 35 -40 años por ahí que leen Depor”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“La web es para un público más joven y más interactivo. El público es entre 14 a 30 años. Es que los que están más metidos en redes son ellos”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

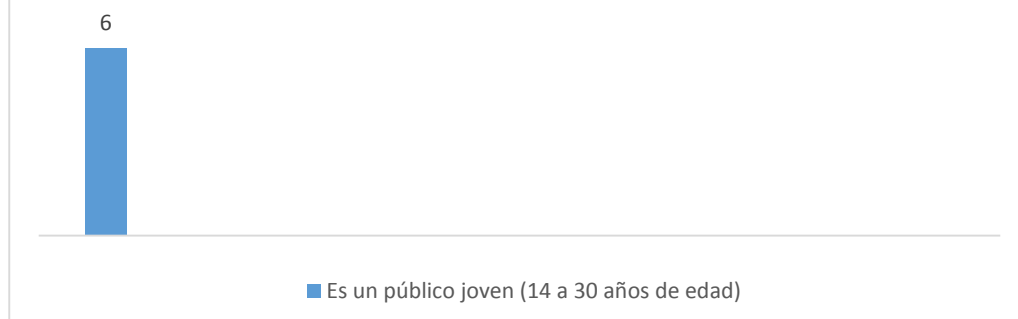
“Nuestro público es joven, que va desde los 16 -17 años. Son chicos en realidad los que más siguen a Depor a comparación de otros que tienen un que parte desde los 25-26 años o mayores de 30”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Depor, tiene la visión de un público juvenil hasta los 35 años, por el mismo lenguaje que tiene, la dinámica que tiene e incluso como está estructurado su página web”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #9 ¿Qué tipo de público es el que lee el Diario Depor a comparación de otros diarios deportivos?



Análisis de la pregunta 9:

La totalidad de los especialistas afirmó que el público de Depor.com es un público joven, interesada en fútbol y deporte internacional, también debido a la interactividad de la página y su cercanía con las redes sociales.

La décima pregunta responde a la categoría **deporte como espectáculo** y al subcategoría **Juegos Panamericanos**.

Pregunta 10:

¿Qué relevancia considera que han tenido los Juegos panamericanos Lima 2019 sobre otros eventos deportivos para el público lector de Depor?

“En los Panamericanos, yo creo que la percepción, el sentimiento, las emociones, fueron más de orgullo, por una cosa bien hecha, un evento bien hecho, una buena ceremonia, poder vender hacia el mundo más identidad”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Los Juegos Panamericanos marcan para mí un antes y un después no solo en el público lector, sino también en la sociedad. A ver... ya tenemos infraestructura deportiva en Lima”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“La expectativa no era tan alta en los panamericanos, pero se tuvo... Nunca nosotros hemos sido un país que tenga en el deporte, su máximo desarrollo”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Mucha, el que sea el segundo certamen multidisciplinario más importante del mundo. Que abarque una organización tan grande y una estructura tan grande. Al fin de cuentas terminó involucrando a todos los medios”.

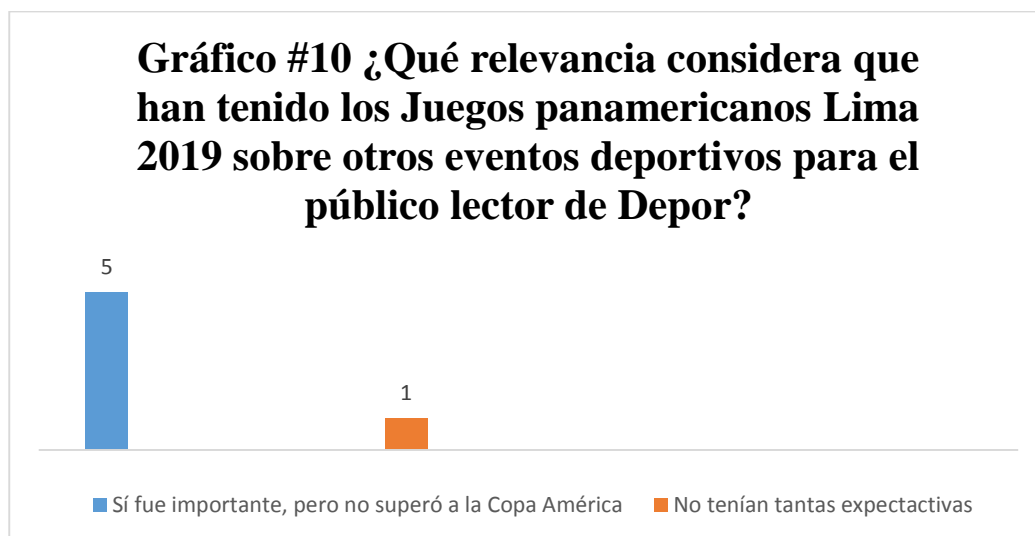
Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“El impacto de los Juegos en los lectores fue inesperado, la lectoría fue bastante grande, pero a comparación de la Copa América, no la superó”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“La relevancia ha sido grandísima, cuando fue la Copa América la lectura de la web es infinita, llegamos a una cantidad buena de usuarios nuevos en la web. Con Lima 2019 la cosa fue muy similar, por la identificación de las personas, por el hecho de que se estaba haciendo un evento tan grande de nuestro país”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.



Análisis de la pregunta 10:

5 de los 6 especialistas mencionaron que los Juegos Panamericanos Lima 2019 sí tuvieron una considerable relevancia en el público lector de Depor.com, pero no fue mayor a la de la Copa América.

La undécima pregunta responde a la categoría **deportista** y al subcategoría **deportista profesional**.

Pregunta 11:

¿Cómo se trabajó la imagen de los deportistas profesionales a nivel nacional e internacional (Liga 1 de fútbol) o atletas calificados en Depor.com?

“Bueno partimos de una sociedad muy desigual, a todo nivel y en el fútbol está la alta esfera, ahí están los privilegiados. Como en todo, hay deportistas bien ‘marketeados’, como Paolo Guerrero, que es el top y después vienen los otros, otros futbolistas, y no sé si algún de deportista peruano pueda alcanzar ese tipo de inversión por ejemplo de las marcas, lo veo difícil”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Algunos son vestidos por marcas deportivas importantes y eso también marca su imagen, por así decirlo”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Los futbolistas, reciben apoyo, ganan bien, igual en vóley”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“La imagen de un futbolista frente a estos deportistas es totalmente diferente, ¿En qué? En función de esfuerzo, de sacrificio, de mucho trabajo, de mucha disciplina, algo que no está tan asociado al fútbol, que está asociado al gusto popular ¿Cuál es el éxito? ¿Cuáles son los resultados? eso básicamente, en función a lo popular”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“Siempre por la parte informativa, solo la parte deportiva, salvo cuando hay algo que involucra en sanciones, o temas de rendimiento, si es bajo o alto, no vas a encontrar si por ejemplo Christian Cueva se metió con Fulana o Mengana, solo sus logros”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Normalmente se evita hacer noticias individuales de los futbolistas, a menos que hablen algo de su equipo, porque se evita caer en el tema personal, se evita caer en el tema de espectáculos”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.



Análisis de la pregunta 11:

4 de los especialistas afirmaron que se le da un trato bastante considerable en los medios de comunicación, sobre todo en fútbol, en parte vóley, mas no en otros deportes. Y que esto viene en gran medida al gusto popular y no al esfuerzo del deportista en sí. Por otro lado, las periodistas de Depor.com, afirmaron que su imagen siempre se trabaja de manera informativa.

La duodécima pregunta responde a la categoría **deportista** y al subcategoría **deportista de élite**.

Pregunta 12:

En depor.com ¿De qué manera se trataron las noticias de los deportistas de élite, es decir, quienes compitieron en Lima 2019?

“En meses previos no eran tan mediáticos, porque sencillamente los medios de comunicación son fríos y están futbolizados e insisto, ahí está la autocrítica que te decía hace un rato porque hemos podido hacer un poco más”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Me parece que Depor en este caso no se le dio la cobertura que uno esperaba, fue solamente informativa”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Lo que hizo el periodismo es darle tribuna a estos deportistas, que muchos no tienen apoyo, que son la mayoría, se buscan la vida ellos solos”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Empezó de una manera informativa, pero a raíz de las medallas se comenzaron a convertir a los deportistas en íconos”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

“En los Juegos sí se preparó todo un perfil para los deportistas tanto para el deportista y para su disciplina, porque mucha gente no conocía el deporte y nosotros tampoco”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Con ellos con los que se hizo, no recuerdo si de 30 o más, que teníamos pauteados sí podrían ganar medallas en Lima 2019. Con ellos se trabajó entrevistas para hacer perfiles, tipo crónicas, de su deporte, de quiénes eran ellos, y se fueron publicando de manera pauteada”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #12 En depor.com ¿De qué manera se trataron las noticias de los deportistas de élite, es decir, quienes compitieron en Lima 2019?



Análisis de la pregunta 12:

4 de los seis periodistas señalaron que se pudo hacer más por la imagen de los deportistas de Lima 2019, pues esta fue por lo general informativa, mientras su contraparte señaló que se realizaron agendas y notas a profundidad sobre el perfil de estos atletas.

La decimotercera pregunta responde a la **categoría económica del deporte** y a los subcategorías **financiamiento público y financiamiento privado**.

Pregunta 13:

El financiamiento de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en el tratamiento de las noticias en Depor.com?

“Yo creo que sí, claro que sí por ejemplo, yo tengo, a modo personal ya tengo pactada con Under Armour unas notas pactadas con los chicos que son sus representados, y quieren mayor exposición de sus deportistas”.

Erick Osoreo – Periodista deportivo de América TV.

“Bueno, las marcas ayudan a que se les dé nombre, por ejemplo en el Surf, muchos deportistas son auspiciados por marcas deportivas y éstas organizan eventos para que los deportistas estén presentes y los medios de comunicación puedan acceder a ellos. Ahora hay que verlo también de qué tipo. A ver... tú eres deportivo y el tema es político. Creo que este tipo de problemas se da más cuando hay congresistas, cuando hay campaña llama a un deportista, eso es lo que se suele evitar en los medios deportivos de web”.

Juan Carlos Hurtado – Periodista y editor web deportivo de Radio Ovación.

“Por supuesto, los medios grandes y en los chicos”.

Jonathan Bonilla – periodista digital y docente de la U. San Martín de Porres.

“Yo creo que más allá del financiamiento, es la mentalidad de los medios, o sea hasta ahora no se habían puesto a pensar que hay empresas que patrocinan a estos deportistas. O sea todos están segados en qué fútbol da plata, pero en sí sólo lo que da es consumo”.

Margarita Rivera – Periodista deportiva de RPP noticias.

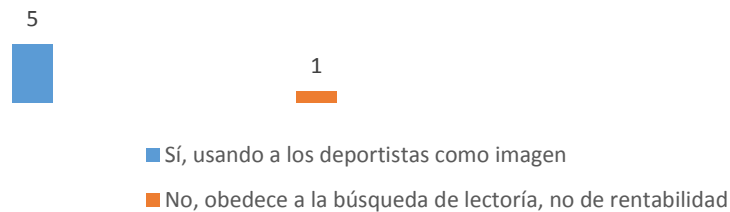
“No, solamente si es una nota que viene promocionada por una empresa. Por ejemplo, si un banco promociona a un atleta, solicita un espacio concertando con el medio y se hace una nota a ese deportista mencionando su procedencia y por qué viene. Pero no influye en nada ni tampoco por empresas públicas, vamos por el deportista, por la nota y los logros”.

Rosario Salazar – Periodista deportiva de Depor.com.

“Si lo hablamos del lado noticioso, hay deportistas, en el caso de Lima 2019, muchas veces recibían apoyo privado. Solamente mencionar que eran parte del equipo de cierta marca e informar de esta chica y esta deportista, pues hay que tener en cuenta que la noticia y el personaje son ellos, no la empresa”.

Virginia Siaden – Periodista deportiva de Depor.com.

Gráfico #13 El financiamiento de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en el tratamiento de las noticias en Depor.com?



Análisis de la pregunta 13:

5 de los 6 expertos coinciden en que el financiamiento público y privado influyen en el tratamiento de las noticias, pero en calidad de generar contenido netamente deportivo, pues muchos de ellos cumplen el rol de patrocinador o auspiciador de algún deportista y buscan a través de ellos promocionar su imagen. En el caso negativo, la periodista Rivera señaló que se más obedece a la mentalidad cultural del diario, enfocándose más en conseguir deportistas en fútbol por lectoría, y las marcas que apuestan mayor dinero están auspiciando otros deportes.

3.1.2. Entrevistas a lectores

A continuación, en el segundo cuestionario, a través de la técnica de la entrevista se aplicó a 5 lectores del Diario Depor, se realizaron 10 preguntas a cada uno de ellos, las 7 primeras corresponden a la variable Tratamiento de la noticia, incluye solo una pregunta asociada con un subcategoría de la variable deporte y las 3 últimas asociadas en su totalidad a esta con el fin de responder al problema general de esta de investigación: ¿Cuáles son las características del tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019?

La primera pregunta responde a las categorías de noticia, con su subcategoría **acontecimiento** y deporte como espectáculo con su subcategoría **Juegos Panamericanos**.

Pregunta 1:

¿Qué hechos fueron importantes para los Juegos Panamericanos antes de su inauguración en Depor.com? (acontecimientos) (Juegos Panamericanos)

“Para mí fue importante la aprobación de la Ley N° 3699, en la que permitía a los medalleros peruanos conseguir u obtener una vivienda, o un departamento en la Villa Deportiva, me pareció que era una oportunidad y una manera de incentivar a estos deportistas y a las personas en general de cualquier edad a practicar deporte”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Antes de la inauguración, recuerdo que fueron 2 hechos que llamaron mi atención, uno fue cuando vino Usain Bolt si mal no recuerdo, iba a poner su firma, iba a hacer algo en un estadio, iba a poner sus manos sobre un cemento algo así y el otro fue la donación de sangre por una campaña de Essalud que hicieron con los participantes de los Panamericanos”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Yo creo que lo que más resalta es la construcción de las sedes olímpicas en Lima, en las sedes en los distritos de no solo Lima Centro, si no los que están en Villa El Salvador, la nueva construcción en la Videna creo que son los más importantes”.

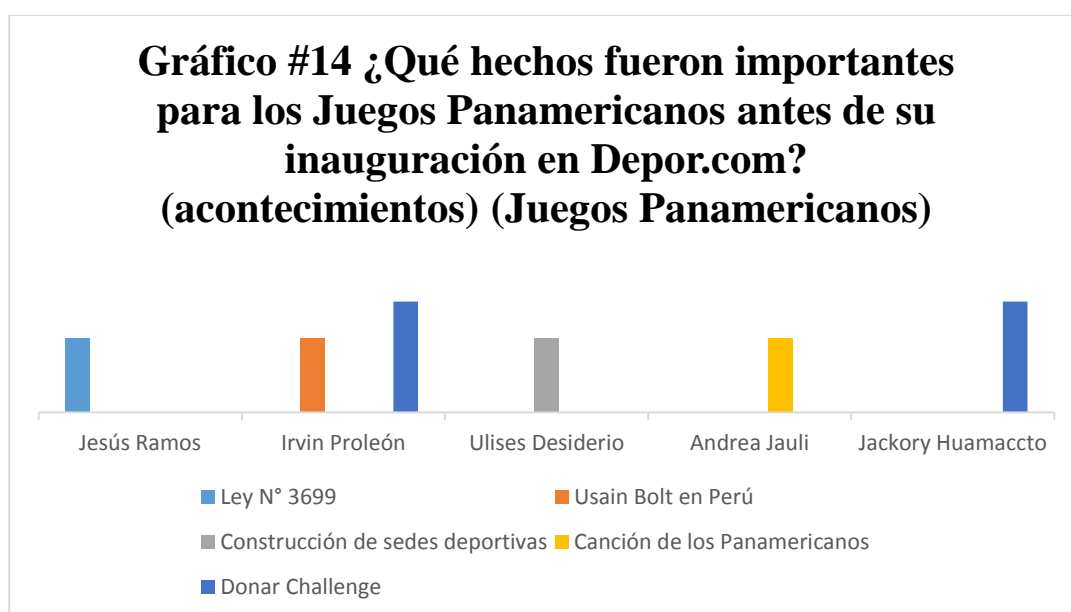
Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“Vi que fue, al menos para mí importante la canción de Pedro Suárez Vértiz que se lanzó antes de los Juegos Panamericanos”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Bueno, uno de los que puedo más resaltantes es la campaña que hizo Essalud a la que llamaron "Donar Challenge" en el que participaron los diferentes deportistas que iban a estar en los Juegos Panamericanos”.

Jackory Huamaccto– Lector de Depor.



Análisis de pregunta 1:

Los entrevistados dan respuestas heterogéneas sobre los acontecimientos que le parecieron más importantes de los Juegos Panamericanos Lima 2019 dadas a conocer por Depor.com que les parecieron más importantes durante la línea de tiempo en la que se realiza el estudio.

Pregunta 2:

¿Qué noticias llamaron su atención sobre los Juegos Panamericanos, realizadas por Depor.com? (cualidades de la noticia) (construcción de la noticia)

“Otra me pareció interesante, una convocatoria en la selección de fútbol que participó en los Juegos fue la de Mauricio Montes, que por lo general, tengo entendido que hay un reglamento que permite convocar a personas mayores de 22 años, en la sub 22 (23) creo, y bueno este futbolista tiene 36 años, que tiene harta experiencia y estaba emocionado por su primera convocatoria a esta edad”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“La de Usain Bolt cuando fue al estadio atletismo y él había declarado que le gustaba mucho porque en otros países no había un lugar tan completo de lo que habían hecho en Perú”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Como los de la mano de Usain Bolt cuando se fue a una de las sedes a la inauguración claro, porque es un atleta reconocido internacionalmente por eso. Creo que es el más importante”.

Ulises Desiderio– Lector de Depor.

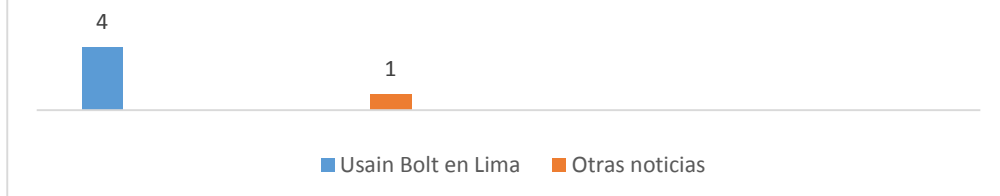
“En ese tiempo que estaba leyendo Depor, pues vi la noticia que me llamó muchísima la atención que era la de Usain Bolt, que fue traída aquí por la marca Puma, para poder poner su marca en la Videna”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“En las redes sociales y la página web vi, Depor anunció que gracias a la marca Puma, este deportista... Usain Bolt, inauguró así creo... poniendo sus huellas en el escenario de atletismo”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.

Gráfico # 15 ¿Qué noticias llamaron su atención sobre los Juegos Panamericanos, realizadas por Depor.com? (calidades de la noticia) (construcción de la noticia)



Análisis pregunta 2:

De manera diferente sobre los acontecimientos, las noticias que generaron mayor interés en 4 de los 5 lectores es sobre la presencia del atleta jamaiquino Usain Bolt.

Pregunta 3:

¿Observó mayor presencia de noticias de fútbol, a comparación de otros deportes en Depor.com? (futbolización)

“Entre marzo y abril... Sí, sí, se hablaba bastante del fútbol, que la selección (sub 23) iba a estar al mando de 'Ñol', que era el asistente de Gareca de la selección mayor, y que la gente también tenía altas expectativas de esa selección. Lastimosamente, ya sabemos su resultado”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Fue equitativo creo, porque sí hicieron una buena cobertura de los Panamericanos, no hubo tanta presencia de fútbol”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Uhm no creo, creo que fue regular, la mitad fue fútbol y la otra mitad fue para los otros deportes de la competencia en los Panamericanos”.

Ulises Desiderio– Lector de Depor.

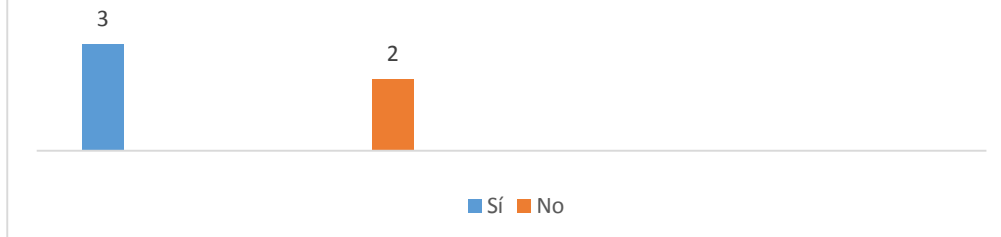
“Depor se caracteriza por mostrar mucho contenido acerca de futbol y no vi una disminución de este tema con respecto a los Juegos”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Tenemos al voley y diferentes más, pero hay más de fútbol en Depor”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.

Gráfico #16 ¿Observó mayor presencia de noticias de fútbol, a comparación de otros deportes en Depor.com? (futbolización)



Análisis pregunta 3:

3 de los 5 entrevistados indicaron que la presencia del fútbol fue considerable durante los meses previos, mientras 2 lectores afirman que fue equitativa su presencia con otros deportes.

Pregunta 4:

¿Cree que fueron sensacionalistas las noticias sobre Lima 2019 antes de su inauguración, en Depor.com? (sensacionalismo)

“Recuerdo que sí se hablaba bastante de lo que iba a ser la inauguración, de qué artistas se iban a presentar, qué se iba a cantar, qué canciones se irían a poner, el costo, la inversión, esas cosas en general era de lo que estaba enterado... Pero sensacionalistas no”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Sí, resaltante como tal, sí me llamó la atención”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Sensacionalista no mucho porque más que todo resaltaron lo bueno de la inauguración de los Juegos”.

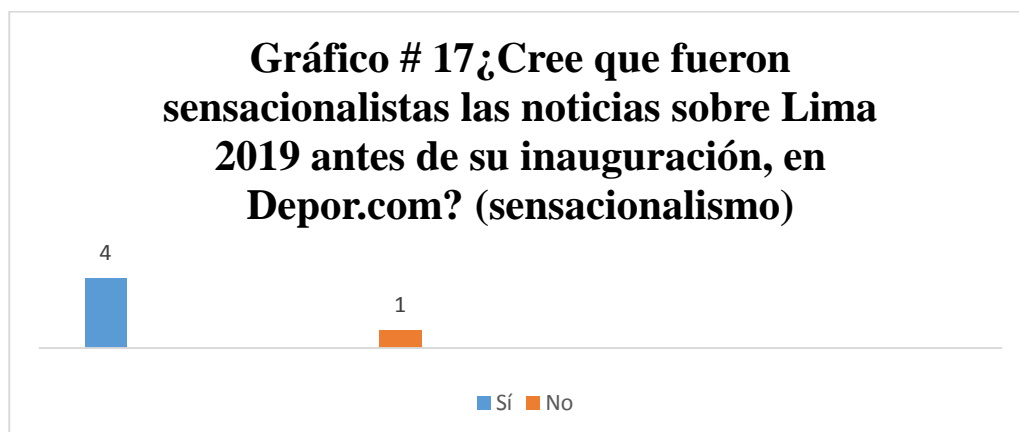
Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“No creo que haya sido sensacionalista en ningún momento, considero que estuvo al margen en eso en los Panamericanos”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“De hecho Depor, es muy ético y no he visto nada de sensacionalismo, simplemente han recalcado sobre todos los deportes que hubieron ahí”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.



Análisis de la pregunta 4:

4 de los 5 entrevistados afirman que Depor.com no ha incurrido en el sensacionalismo, pues siempre ha sido informativo e incluso este recurso se mantuvo al margen en noticias sobre los Panamericanos.

Pregunta 5:

¿Percibió que alguna noticia haya ido en contra de las buenas costumbres o valores éticos, en Depor.com?” (Ética profesional)

“Todo estaba alineado éticamente, no hubo nada, ni siquiera una frase que fuera a salir de esa línea. Aunque por lo que he podido leer algunos comentarios un poco subjetivos”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“No, al menos desde mi apreciación como lector de Depor no, siempre se mantienen a hacer sus notas tal cual como son, a veces claro metiendo su estilo deportivo, sus jergas, pero sin faltar, a los participantes de la nota como tal”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“No, nada, la única noticia que he visto después de los Juegos Panamericanos es quién se va a quedar con las sedes para darles el debido mantenimiento”.

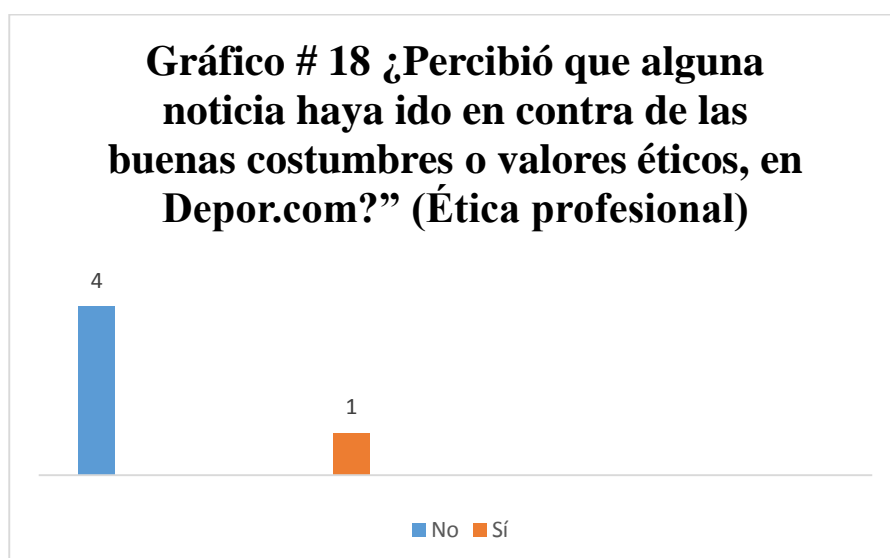
Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“No, no percibí nada de eso más bien, en todo momento estuvieron apoyando a los deportistas peruanos como de otros países”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“No, definitivamente no”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.



Análisis de la pregunta 5:

Los 5 lectores afirman que Depor.com no ha cometido faltas a la ética profesional y siempre ha respetado a los personajes de su noticia.

Pregunta 6:

¿Observó la presencia de apodos a deportistas, o alusiones patrióticas en las noticias sobre Lima 2019 en Depor.com? (lenguaje espectacularizado)

“No, no he logrado identificar que recuerde”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Apodos, habrán sido los que ya tenían los deportistas, no sabría uno tal cual, no se me viene a la mente de ninguno, pero siempre que hayan mencionado algún apodo sino han sido apodos que han tenido los deportistas en su trayectoria obviamente”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“No, estaba como todo debido, el respeto y todo para los deportistas de cada país participante”.

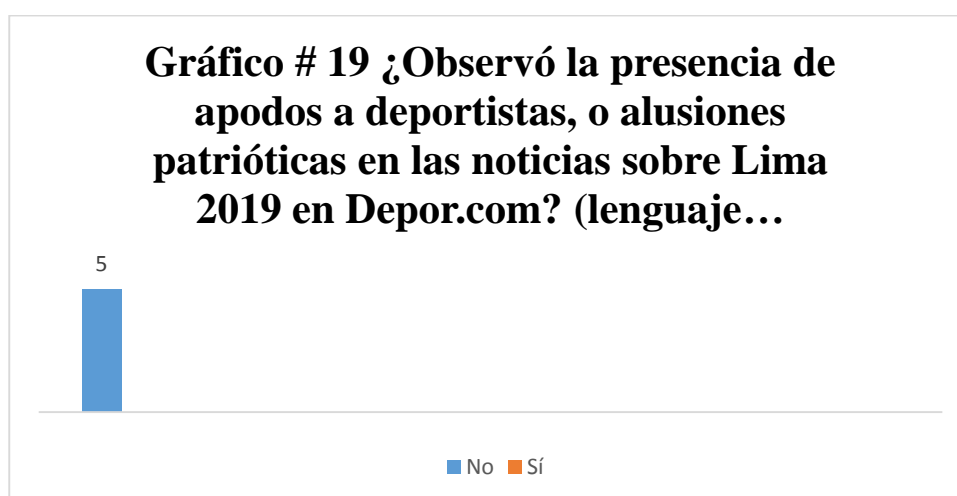
Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“Creo que estábamos apoyando el deporte en realidad y no vi nada de eso respecto a Depor”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“No, a todos los tratan con mucho respeto, el que se merecen”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.



Análisis pregunta 6:

Ninguno de los lectores señaló el uso de lenguaje espectacularizado en Depor.com y los apodos o sobrenombres a los deportistas son los que ha adquirido en su carrera deportiva.

Pregunta 7:

¿Observó si las noticias deportivas se vieron vinculados con temas políticos o de espectáculos en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019? (postura ideológica)

“No, tampoco he logrado percibir las noticias que he leído con ese tipo de ámbitos. Sólo deportes”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Depor, mencionó un par de notas cuando algunos políticos quisieron engancharse de las victorias de algunos deportistas cuando ya se habían dado los Juegos Panamericanos, creo que uno de ellos fue Luz Salgado si mal no recuerdo y los deportistas mismos la 'parcharon' dijeron que no se cuelgue de su fama”

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“No en Depor, no”.

Ulises Desiderio– Lector de Depor.

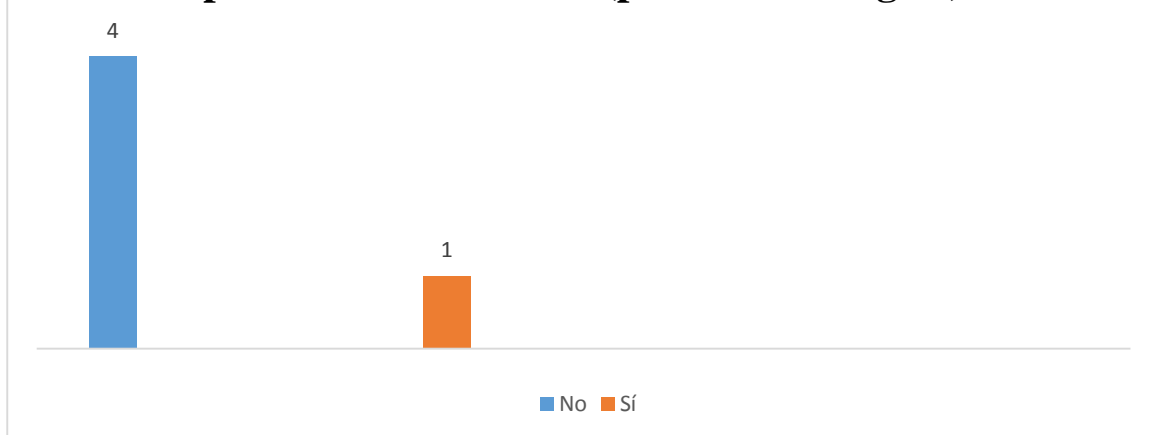
“De farándula, no vi nada, y más aún estábamos con el furor de los deportes y Depor se centró en eso”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Desde que conozco al periódico Depor siempre he notado que se muestra muy ético en sus redacciones y siempre destaca a los deportistas y a sus logros”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.

Gráfico # 20 ¿Observó si las noticias deportivas se vieron vinculados con temas políticos o de espectáculos en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019? (postura ideológica)



Análisis pregunta 7:

4 de los 5 entrevistados señalan que el diario siempre se ha enfocado en informar lo deportivo, si relacionar sus noticias a la política o el espectáculo.

Pregunta 8:

¿Qué deportes le interesan leer a usted en Depor.com? (público Deportivo)

“El fútbol y lo que me gustaba ver también era el tenis, son los que más me interesan”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Bueno el fútbol, que es tradicional y el básquet que es lo que me gusta a mí en particular”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Fútbol, y creo que es a donde relaciono más al diario y veo la mayoría de campeonatos nacionales, lo que más le importa la gente acá en Perú”.

Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“El fútbol, es que bueno... creo que Depor se caracteriza un poquito más acerca del fútbol y si quiero leer algo de fútbol voy a Depor”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Depor se basa más en el fútbol y como yo quiero saber algo, además de fútbol, es también voley, voy como por esos dos deportes a ver”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.



Análisis pregunta 8:

La totalidad de los entrevistados señaló como primer deporte de su preferencia el fútbol, y de manera más heterogénea los otros deportes de su interés.

Pregunta 9:

¿Qué opinión tiene usted sobre los futbolistas nacionales, a comparación de los deportistas que compitieron en los Juegos Panamericanos 2019? (deportistas profesionales) (deportistas de élite)

“Yo considero, que hay jugadores que se han destacado, merecieron una oportunidad de estar convocados ahí (en Lima 2019) creo que no todos rindieron, ya eso puede deberse a muchos factores, pero considero que sí... por ejemplo, no recuerdo los nombres pero ahí 1 o 2 titulares que no dieron la talla, por decirlo de algún modo y que pudieron estar en su lugar otros futbolistas de la Liga 1”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Tienen un nivel normal, como deportista, tampoco es que resalte mucho, a nivel peruano hay competitividad, pero si hablamos ya de un nivel extranjero creo que le falta a

nivel peruano. En otros deportes siento que los que hemos deportes como en los de surf han resaltado más”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Yo creo que no hay ninguna diferencia, ambos tuvieron el respeto y sobre los que fueron a los Panamericanos tuvieron mucho reconocimiento incluso en surf, el surfista Piccolo”.

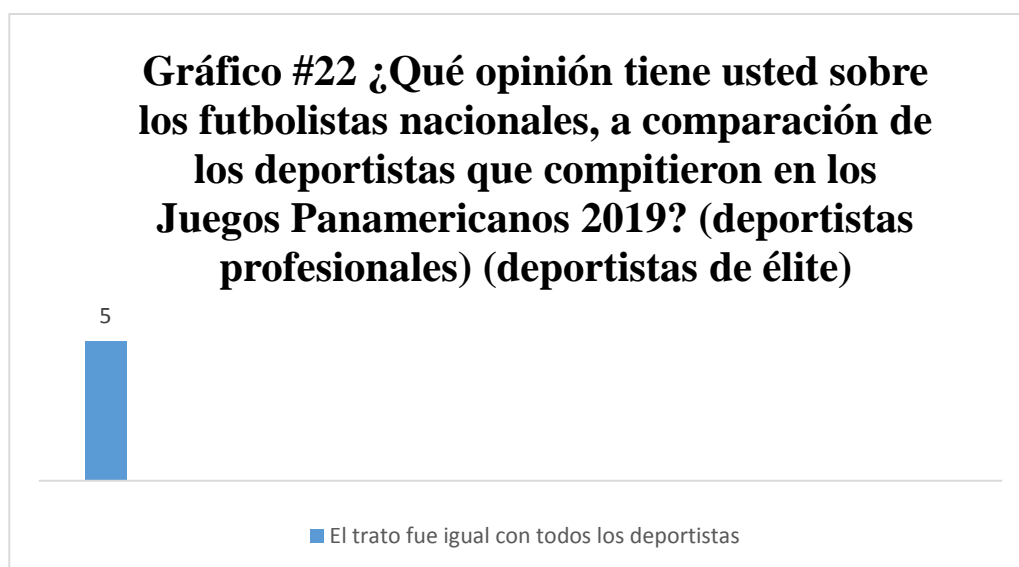
Ulises Desiderio– Lector de Depor.

“Siento que el deportista común, si bien es cierto le echa ganas, pero creo que el deportista que va a las Olimpiadas se esmera, tiene un poco más de entrenamiento, quizá no tiene el apoyo económico de pronto, pero le echa bastantes ganas”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Se esfuerzan mucho, incluso los futbolistas como Paolo Guerrero, se han esforzado mucho para llegar a ello, hasta dónde están y eso es lo que ellos hacen para llegar como los internacionales. Los que ganan muchas medallas”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.



Análisis pregunta 9:

Los lectores expresaron que se dio un trato igual sobre todos los deportistas en Depor.com, pero hubo una valoración más humana a los deportistas relacionados a los Juegos de Lima 2019, a los que resaltan el esfuerzo de estos.

Pregunta 10:

Cree que el aporte económico de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en las noticias en Depor.com? (financiamiento privado) (financiamiento público).

“Eh sí, de acuerdo, porque a veces se pueden sesgar las noticias de acuerdo a los intereses de estas empresas. Eso es lo que opino”.

Jesús Ramos – Lector de Depor.

“Sí influye, independientemente que sea Depor o cualquier otro medio en las noticias, o aportes a esos medios influye porque los medios siempre manejan una agenda y con esa agenda ellos basan sus prioridades, en plan si tal empresa aporta a favor de este deporte, le va a dar una especie de mayor espacio en su medio”.

Irvin Proleón – Lector de Depor.

“Obviamente, porque se transmiten, es un medio de comunicación o sea, mientras (las marcas) se vean reflejadas en las imágenes del diario, estas se reflejan en las personas”.

Ulises Desiderio– Lector de Depor.

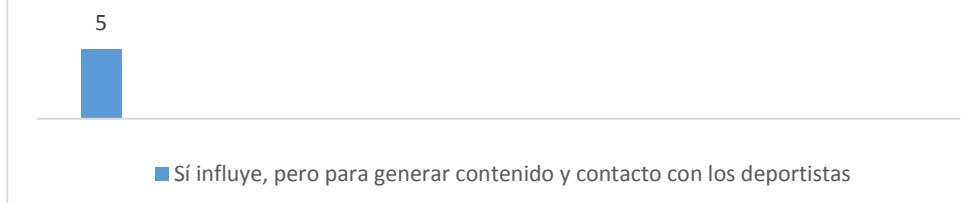
“La verdad yo creo que sí influye, como ya lo había mencionado, yo me enteré que Puma había traído acá a Usain Bolt al Perú porque justamente el diario lo había mencionado y había recalcado que era de esta marca”.

Andrea Jaulis– Lectora de Depor.

“Yo creo que sí influyen mucho, ya que los deportistas son imagen. Las marcas los utilizan a ellos para poder llegar a más personas”.

Jackory Huamaccto– Lectora de Depor.

Gráfico #23 Cree que el aporte económico de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en las noticias en Depor.com? (financiamiento privado) (financiamiento público).



Análisis pregunta 10:

Los entrevistados señalaron que está sí influye debido a que utilizan a los deportistas como imagen de su marca, mientras uno de ellos se refiere a que aporte al financiamiento del diario.

3.1.3. Análisis de contenido

A continuación, se mostrará a través de la técnica de análisis de contenido, las noticias que estuvieron relacionadas a los Juegos Panamericanos entre marzo y abril del 2019.

Ficha de Observación – Marzo 2019			
Titular de la noticia	Fecha/ Hora	Género periodístico	Recursos utilizados
Una más a la lista: Paloma Schmidt clasificó a los Panamericanos 2019 en Laser Radial	03/03/2019 - 20:44h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de twitter, tags de lima 2019 y j.p
Vive la experiencia: ¿deseas ser parte de la ceremonia inaugural? Aquí los detalles	04/03/2019 - 18:01h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de Lima 2019 Y J.P. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
Pluma fina: selección de bádminton competirá en torneos internacionales de América Central y Europa	06/03/2019 - 13:43h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de Lima 2019 Y J.P. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
Van por los cupos: selección peruana de judo buscará clasificar a Lima 2019 y a Tokio 2020	07/03/2019 - 21:41h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de Lima 2019 Y J.P. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
¡Palmas para ellas! Cerca del 42 % de deportistas que estarán en Lima 2019 son mujeres	08/03/2019 - 19:34h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de Lima 2019 Y J.P. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
¡Domina el mar! Stefano Peschiera se coronó campeón del torneo Centro Sudamericano de Laser Radial	09/03/2019 - 15:56h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de Lima 2019 Y J.P. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
¡Se suman a la lista! Kevin Martínez y Claudia Suárez clasificaron a Lima 2019 en paleta frontón	15/03/2019 - 12:45h	Informativo- noticia	Fotografía, hipervínculos a notas relacionada a cuenta de twitter, tags de lima 2019 y Juegos Panamericanos., Kevin Martínez Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+,

¡Prepara la raqueta! Andrés Duany apunta a ganar una medalla por equipos en squash en Lima 2019	19/03/2019 - 17:22h	Informativo-noticia	Galería fotográfica, hipervínculos hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Andrés Duany, Lima 2019, Squash, Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros
Diego Elías: "Mi meta es seguir subiendo en el ranking mundial de squash y ganar mínimo dos medallas de oro en Lima 2019"	20/03/2019 - 09:00h	Interpretativo-entrevista.	Fotografía e hipervínculo a la cuenta de Twitter del periodista, y foto referencial de deportista en la portada de la nota, Tags de: Squash, Lima 2019, Diego Elías, Juegos Panamericanos 2019, Hipervínculos para compartir en Facebook, Twitter y Google+, Video sobre deportista al final de video.
¡De primera! Así lucen las canchas del Complejo Villa María del Triunfo para Lima 2019	21/03/2019 - 16:58h	Informativo-noticia	Galería fotográfica, hipervínculos para compartir en redes como Facebook, twitter y Google+, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019, hipervínculo en la redacción, foro.
Total de noticias del mes: 10 noticias			

Ficha de Observación – Abril 2019

Titular de la noticia	Fecha/ Hora	Género periodístico	Recursos utilizados
¡De primera! Lima 2019 entregó canchas de paleta frontón y pelota vasca a la federación de estos deportes	01/04/2019 - 20:57h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Frontón, Lima 2019. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
Gran honor de cara a Lima 2019: Usain Bolt dejará su huella en la nueva pista atlética de la Videna	02/04/2019 - 15:52h	Informativo- noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Usain Bolt, Atletismo, Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Enlace a cuenta de Panam Sports en Twitter al final de la nota, hipervínculo en la redacción, íconos para compartir en Facebook, Twitter y Google+, foros
¡Un rayo cayó en Lima! Usain Bolt quedó inmortalizado en la nueva pista atlética de la Videna	03/04/2019 - 13:04h	Informativo- noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Usain Bolt, Atletismo, Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Video del suceso al final de la nota, hipervínculo en la redacción, íconos para compartir en Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡Va quedando listo! Comenzó la instalación de la alfombra roja en la pista auxiliar de atletismo	06/02/2019 - 19:58h	Informativo- noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019, Atletismo. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡Sale del fondo! Mauricio Fiol vuelve recargado para los Panamericanos Lima 2019	08/04/2019 - 16:31h	Interpretativo- entrevista	Fotografía, tags: Mauricio Fiol, Natación, Lima 2019., hipervínculos en la redacción. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡La reina del mar! María Fernanda Reyes se alzó con el primer lugar en torneo de longboard en Puerto Rico	08/04/2019 - 18:55h	Informativo- noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Surf, Lima 2019, María Fernanda Reyes. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡A prepararse! Campeonato Panamericano de Mayores de Judo se realizará el 24 de abril en Lima	10/04/2019 - 20:41h	Informativo- noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Judo. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.

Con Gallese y Polar: los posibles convocados de Solano para los Panamericanos Lima 2019	14/04/2019 - 11:38h	Informativo-noticia	Fotografías, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Selección Peruana, Nolberto Solano, Fútbol, Panamericanos 2019, Lima 2019. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, video al final de la redacción, hipervínculos en palabras clave de las noticias, foros.
De cara a Lima 2019: deportistas Top Perú compartieron sus experiencias con escolares del Callao	16/04/2019 - 14:54h	Informativo-noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
Lima 2019: escucha la canción de los Juegos Panamericanos compuesta por Pedro Suárez-Vértiz	16/04/2019 - 22:51h	Informativo-noticia	Video del suceso de portada en la noticia, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
Carlos Neuhaus sobre Lima 2019: "Hemos hecho un gran esfuerzo para recuperar el tiempo perdido"	17/04/2019 - 16:07h	Informativo-noticia - entrevista	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Carlos Neuhaus. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡Apunta las fechas! Se presentó el calendario de competencias para los Juegos Panamericanos 2019	18/04/2019 - 16:21h	Informativo-noticia	Fotografía al inicio y al final de la noticia, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡Todos unidos! Deportistas de los Juegos Panamericanos 2019 donaron sangre tras iniciativa de EsSalud	19/04/2019 - 17:48h	Informativo-noticia	Galería de fotos al inicio de la noticia, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Juegos Panamericanos 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
Selección Peruana: ¿Qué futbolistas fueron convocados en nuestra única participación en Panamericanos?	24/04/2019 - 17:13h	Opinión	Galería de fotos al inicio de la noticia, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Selección Peruana, Informe Depor, Fútbol, Juegos Panamericanos 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros. Fotos referenciales de posiciones y tablas deportivas.

La reacción de Mauricio Montes tras ser convocado por Nolberto Solano	24/04/2019 - 17:19h	Informativo-noticia	Fotografía al inicio, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Selección Peruana, Mauricio Montes, Liga 1, Fútbol, Nolberto Solano, Lima 2019. Enlaces/ íconos para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros. Al final de la nota vídeo sobre Paolo Guerrero, ajena a la noticia de la que se narra.
Kimberly García marcha al triunfo: "A Lima 2019 quiero llegar en mi 100% y ganar una medalla"	25/04/2019 - 17:41h	Informativo-noticia	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Tokio 2020, Lima 2019, Kimberly García, Juegos Panamericanos 2019. Hipertexto en la redacción. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros.
¡Va por su revancha! Thalía Mallqui, la luchadora peruana que buscará ser campeona en Lima 2019	25/04/2019 - 17:43h	Informativo-noticia-entrevista	Fotografía, hipervínculo a cuenta de Twitter, tags de: Lima 2019, Thalía Mallqui, Juegos Panamericanos 2019. Hipertexto en la redacción. Enlaces para compartir en redes sociales Facebook, Twitter y Google+, foros. Video a mitad de la noticia.
Total del mes: 18 noticias			

DISCUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo primordial analizar el tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019, para ello en este punto se entra a discusión las entrevistas de la muestra, las declaraciones de los (06) expertos en la materia periodística de este rubro, (05) lectores de Depor.com, las 28 noticias encontradas relacionadas entre marzo y abril del 2019 con los antecedentes relacionados, mostrados al principio del estudio.

De acuerdo a la investigación dada por Gonzáles (2016), este concluyó en la presencia del fútbol en la mayoría de diarios deportivos, entre el 60 a 70% en la mayoría de diarios deportivos del país, y sobre otros deportes, suelen tratarse más en un ámbito internacional. Esta conclusión recogida es apoyada también por los expertos entrevistados, pues esta presencia del fútbol se justifica en un mayor índice de lectoría y una rentabilidad para su medio.

Sin embargo, en lo mostrado a través del análisis de contenido, Depor.com tuvo una proporcionada cobertura de Lima 2019 previo a su desarrollo, pues fue el diario deportivo que reveló más información polideportiva, sobre todo relacionada al evento en el ámbito tanto nacional e internacional, pero no fue desinteresada, contrario a los resultados de las investigaciones de Carreño (2017) y Alarcón (2018), que tuvieron respuestas negativas de acuerdo al tratamiento de noticias en la temática, respectivamente.

Referente a Cabanillas (2017), a su estudio, “Análisis del tratamiento informativo sobre noticias de femicidio en el medio digital El Comercio”, a pesar de no seguir la temática deportiva, y tener resultados no favorables, sobre el interés que deben tomarse con temas coyunturales para el país, sí revela rasgos importantes sobre el debido seguimiento de una temática noticiosa.

En contraste con los resultados de la anterior investigación, el tratamiento de noticias sobre los Panamericanos, sí existió interés del medio a través de los recursos digitales de su web, como los tags, que tienen el fin posicionar las noticias como primicias en los motores de búsqueda, seguimiento de los logros deportivos y avances de la construcción de sedes. Estas cualidades fueron recogidas en la guía de observación, sin embargo, la opinión de la periodista entrevistada Margarita Rivera, no está de acuerdo con estos resultados, pues en su opinión, esta información sobre Lima 2019 se vio mermada en algunos aspectos, ya sea porque la cantidad de información referente a la construcción de los complejos deportivos, dependía del Comité Organizador del evento y del Instituto Peruano del Deporte, además del corte futbolístico que posee el diario.

Otro hecho que afectó al flujo la información durante marzo y abril, tal como asevera tanto el periodista Erick Osoreo y algunos de los entrevistados, es la cercanía a la Copa América, en cuestiones de tiempo, lo que limitó mayor difusión de los Juegos Panamericanos.

Desde esa perspectiva sobre los diarios deportivos, Oliveros, (2017), explicó en su estudio sobre esta tendencia, revelando que el fútbol es más importante para los diarios, por esa razón se le da una mayor espectacularidad y mayor uso de atributos o cualidades a este tipo de noticias, dejando a las demás disciplinas con un toque más informativo y sobrio.

Esto se ve mostrado en la guía de observación, donde la mayoría de estas noticias tiene poca subjetividad y solo se enfoca en informar. Aunque a ello hay que agregar algo positivo. La objetividad. Esto en relación a las conclusiones obtenidas sobre temas polideportivos como se pueden observar en las investigaciones de Delorme & Pressland (2016), en la cual los diarios españoles suelen ser más objetivos sobre noticias ajenas al “deporte rey”, y donde se respeta la imagen de las mujeres deportistas, hecho que también se ve en Depor.com, la imagen de la mujer es bien representada, a través de las notas perfil, pero sin llegar al sensacionalismo.

Conviene subrayar, que esta tendencia a ser más informativo que interpretativo se debe también al tipo de plataforma que se encuentra el diario, pues por lo general, un diario web suele ser mucho más puntual en la información y no llega a explayarse como uno impreso, esto también es explicado en la realidad problemática de la investigación donde es mencionado que el periodismo deportivo en la web, al menos en el Perú, se trabaja en términos coloquiales, un “periodismo de emergencia”, basado en la inmediatez, y esto es reforzado por Mancinas, Moreno y Ruiz (2019), en su estudio detallaron que los diarios digitales explotan el género informativo más que el de opinión, ocupando un 80% de su contenido en el primero y a veces hasta apenas un 4% al segundo. Es decir, menos crónicas, más cobertura. Esta tendencia no es muy apoyada por Margarita Rivera, pues el diario Depor al enfocarse en la cantidad de publicaciones, pierde profundidad en noticias que pueden ofrecer mayor impacto en el lector.

Opuesto a esta postura, las periodistas entrevistadas Rosario Salazar y Virginia Siaden, sostienen que el haber dado o no el posicionamiento o profundidad a las noticias de Lima 2019, obedece a una agenda ya preparada, opinión que en parte es observada en la guía de observación donde se pueden encontrar entrevistas a los deportistas clasificados o posibles candidatos hacia los Panamericanos, en ese momento. Más aún esto también

obedece no solo a superiores e intereses económicos sino al público al que estaban enfocados, personas jóvenes por lo que la construcción de las noticias demandó un lenguaje directo, sencillo y nada vulgar, aspectos que fueron destacables y reconocidos por los periodistas Juan Carlos Hurtado y Jonathan Bonilla, e incluso por los lectores entrevistados. Desde ese punto de vista, la periodista Margarita Rivera sostuvo que no siempre la lectoría es la que da rentabilidad al diario, sino la publicidad, el patrocinio de marcas a deportistas influyen en qué tan producida puede ser una noticia.

Otra problemática que afecta al desarrollo del periodismo polideportivo en el país, es la poca especialización sobre otros deportes en el Perú, en ese sentido es un aspecto de responsabilidad por parte de los periodistas nacionales, por otro lado también hay un aspecto cultural en el país, pues el interés general está abocado a 3 deportes de los cuales 1 es el más importante, el fútbol. Esta cualidad se ve expresada en las respuestas de los lectores entrevistados.

En cuanto a la cobertura, tal como se comentó con anterioridad, fue el diario web deportivo con mayor cantidad de noticias, es posible que el tipo de corte obedezca a fines ideológicos, editoriales o financieros, como se mencionó en la investigación de Bailard, & Major, (2018). En el concluyó con un resultado mixto sobre la cobertura del Mundial de Fútbol Brasil 2014 y de las Olimpiadas de Río 2016, pues entre los medios existió una especie de división sobre lo que se iba a cubrir, sin embargo, no especifica lo que se iba a resaltar en cada medio, solo hablando sobre el empleo de la Agenda mediática y no sobre el Framing.

Sobre los aspectos deontológicos, es decir, relacionados a la ética profesional, Montero, (2018), resaltó la importancia de la objetividad y la veracidad como valores generales dentro de la ética del periodismo deportivo y que este es regulable. Esta característica está muy debatida cuando se tratan temas de sensacionalismo y lenguaje espectacularizado.

En ese sentido, el autor tiene una postura más colectivista sobre los valores profesionales en el periodismo deportivo, mas no es compartida por la periodista deportiva Margarita Rivera, quien aseguró en los resultados que ello parte desde la formación de la persona y el respeto que tiene el periodista hacia su público y su información, mas no depende de una normativa de la empresa.

Por otro lado, los periodistas Erick Osore, Juan Carlos Hurtado y Jonathan Bonilla, aseveraron que la ética puede verse comprometida al tratar temas con sensacionalismo en

Depor.com, aspecto que consideran inherente dentro del periodismo deportivo, en cambio, las periodistas Rosario Salazar y Virginia Siaden consideraron que un titular llamativo no tiene por qué ser sensacionalista, y el respeto hacia sus entrevistados y lectores del diario web ha estado presente en las notas.

En el siguiente aspecto, el financiamiento, tal como se mencionó en los resultados, este en su mayoría es privado, aparte de la publicidad, que es un ingreso importante para los medios de comunicación en general, el hecho de que una empresa auspicie a un deportista o equipo deportivo, esta no afecta a la postura de la editorial de Depor.com, pero sí contribuye a generar más contenido, de la misma manera con instituciones públicas, pues ya sea a petición de una nota perfil a algún deportista que auspicia o algún evento donde la prensa deportiva es invitada a participar, sin embargo se evita hacer una excesiva mención de la empresa o entidad, enfocándose más en el suceso o al protagonista de la noticia, aspecto que también es notado por los lectores, quienes señalaron que la publicidad es más sutil, es decir, puede hallarse la imagen de la empresa auspiciadora de cierto evento en la portada de algún escenario o en la camiseta del deportista.

Referente a la promoción de los deportes e inclusión de las personas a estos tiene un valor tanto comunicacional como sociológico y que los Juegos Panamericanos como evento han tratado de cumplir, sobre cómo el mensaje se estructuró durante los meses previos y llegado a los lectores, en ese sentido, Erick Osoreo se refirió a que la cobertura y la información fue estructurada de manera ascendente, “una antesala” para lo que se venía y el sentimiento que tenía la población sobre el evento, que fue algo distinto a la euforia que se ve en el fútbol, sino una sensación de saber si lo que se estaba avanzando, organizando iba en buen camino, opinión que también fue compartida por Virginia Siaden, quien indicó que desde esa perspectiva se trató de ser objetivo, pues en el contexto de esos meses, la construcción de los complejos había sufrido retrasos, pero las personas estaban emocionadas por mostrar un trabajo bien realizado y tener una buena participación, saber de las sedes deportivas, quiénes iban a representar al país y qué oportunidad de medallas ofrecían estos, razón por la que Depor.com se esforzó, como indica, en hacer conocer esa situación a los lectores.

Acorde a esta preocupación por profesionales del deporte, Norman, Esmonde & Szto, (2019), señalaron que existen oportunidades también desde la sociedad, de trabajar por la promoción y difusión de las disciplinas a través de medios digitales. En el caso de Perú,

más aún si hubo un evento de gran magnitud como lo fueron los Juegos Panamericanos Lima 2019, y la infraestructura que esta deja para futuras generaciones.

CONCLUSIONES

Ante lo expuesto en la investigación se concluyó que:

- Depor.com sí tuvo una labor hacia la promoción de otros deportes, como karate, surf, lucha olímpica, atletismo, rugby, etc. previo al inicio de los Juegos Panamericanos, sin embargo no hubo tanta profundidad en las noticias, apegándose más al formato informativo y poco interpretativo, perdiendo a veces oportunidad de explotar mejor una noticia. (ver análisis de contenido pág. 96-97).
- Se dio a conocer, la importancia que tienen los periodistas especializados, pues juegan un rol importante en la profundidad, a su construcción y cualidades de las noticias deportivas, su poca presencia puede cambiar la calidad de esta, permitiendo cumplir una mejor promoción de los deportes poco practicados en el país.
- Se determinó que el uso de herramientas multimedia, tags de posicionamiento de la noticia y galerías fotográficas, tienen un papel importante en la búsqueda de lectoría de Depor.com. (ver Gráfico #2).
- Se comprobó que la línea editorial (postura ideológica) del diario no se ve afectada por la inversión de empresas o instituciones privadas o públicas, pero sí contribuye al contenido del diario en relación a noticias deportivas ya sea a través de patrocinios a deportistas, equipos o eventos. Esta postura se inclinó por el público deportivo al que se dirige. (ver Gráfico #13).
- Se reconoció que los aspectos del lenguaje periodístico en Depor.com son más empleados en el fútbol que en otros deportes, donde son más moderados, con titulares llamativos, pero no sensacionalistas, esto debido a la tendencia hacia el fútbol que tienen los diarios deportivos en el Perú. Sin embargo, el que prima el lenguaje directo con el lector, el respeto a los personajes de sus noticias.
- Se observó que la imagen de los deportistas de élite que participaron o clasificaron para Lima 2019, es muy diferente a la de los deportistas de fútbol nacional, tanto en el tratamiento de las noticias, donde debía tener una breve descripción del deporte del atleta a comparación de los futbolistas o voleibolistas. Aunque son más reconocidos por los lectores, estos respetan

más la imagen de los de élite, pues están más relacionados a la disciplina y el compromiso con el deporte. (ver Gráficos #11 y #12)

- Se concluyó que la ética profesional en los periodistas tiene un aspecto individual como colectivo, y este parte desde el respeto al prójimo, desde el cual parte la responsabilidad con el público lector y los personajes de la noticia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda para próximas investigaciones sobre el tratamiento de diarios digitales, el posicionamiento SEO de las noticias, los tags, y conocimiento profundo sobre los deportes poco practicados hasta el momento en el Perú.
- Al tratarse diarios polideportivos, debe considerarse al Instituto Peruano del Deporte tiene una labor importante a nivel social y comunicacional en la promoción del deporte, y una fuente principal de información en temas de infraestructura deportiva.
- Se sugiere estudiar sobre los géneros periodísticos más utilizados en el periodismo deportivo peruano y establecer comparativas con otros diarios a nivel de la región en Sudamérica.
- Se recomienda considerar al público joven, como los lectores a los que se puede influir en el conocimiento sobre otros deportes e incluso con mayor conocimiento de ellos debido a la familiaridad que tienen con el internet y medios digitales.
- Se recomienda para elaboraciones de diarios deportivos digitales, considerar la buena imagen que tiene el público lector sobre los deportistas de élite, y que estos pueden seguir influyendo en la promoción de los deportes poco practicados.

REFERENCIAS

- Alarcón, Y. (2018). *“Tratamiento de la noticia en las portadas del diario Correo de Huancayo”*. (Tesis de pregrado, Universidad Continental, Huancayo, Perú). Recuperado de <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/continental/5038>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). “Framing theory in communication research in Spain. Origins, development and current situation. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450, DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053en>
- Alsina, R. (1996). *Construcción de la noticia*. Recuperado de <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCII/La%20produccion%20de%20la%20noticia.pdf>
- Bailard, C. & Major, M. (2018). It is Only a Game, Let’s Leave Politics out of it: Mega-Sporting Events, Broadcasting Rights, and Network News Bias. *International Journal of Communication*, 13 (12), pp. 4593–4614. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc>
- Byrd, G. D., & Winkelstein, P. (2014). A comparative analysis of moral principles and behavioral norms in eight ethical codes relevant to health sciences librarianship, medical informatics, and the health professions. *Journal of the Medical Library Association*, 102(4), pp. 247–256. DOI <https://doi.org/10.3163/1536-5050.102.4.006>
- Cabanillas, P. (2017). “Análisis del tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio”. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11115>
- Campos, M; Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7 (13), 45-60. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Carreño, M. (2017). *“Tratamiento de la información y la cultura de prevención de desastres en los medios escritos. Los casos de los diarios Perú 21, la República y Ojo”*. (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú).

Recuperado de
[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2804/1/CARRE
%C3%91O_CM.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2804/1/CARRE%20%3%91O_CM.pdf)

Collazos, G. (2011). *“Diseño editorial como expresión y afirmación de la ideología política, social y cultural”*. (Tesis de maestría, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina). Recuperado de
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1066.pdf

Delorme, N. & Pressland, A. (2016). The Visibility of Female Athletes: A Comparison of the Sochi 2014 Winter Olympic Games Coverage in French, British, and Spanish Newspapers. *Sociology of Sport Journal*. 4 (33), 317-333. Recuperado de
<http://dx.doi.org/10.1123/ssj.2016-0017>

Dumitriu, D. (2018). Media Construction of Sports Celebrities as National Heroes. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 20(2), 21-33. Recuperado de
[http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=132179512&
S=R&D=sih&EbscoContent=dGJyMNLr40Sep7M4zdnyOLCmr1GeprRSsKy4
TbKWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGutk%2B2q7NOuePfgex43zx](http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=132179512&S=R&D=sih&EbscoContent=dGJyMNLr40Sep7M4zdnyOLCmr1GeprRSsKy4TbKWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGutk%2B2q7NOuePfgex43zx)

Escurre, L. (1988). *“Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces”*. *Revista de Psicología*, 6, (1-2), 103-111. Recuperado de
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555/4534>

Ecomedia (2017). *Diarios 2017* [en línea]. Recuperado de
<http://e.gec.pe/67/doc/0/0/7/4/9/749370.pdf>

Fernández, A. (2017). *“Análisis de las características del periodismo económico en el tratamiento informativo del suplemento de economía y negocios emprendedores, 2009”*. (Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú). Recuperado de
[http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13617/Fern%C3%A1ndez
%20Callegari%20Andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13617/Fern%C3%A1ndez%20Callegari%20Andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fondevila, J; Rom, J. & Santana, E. (2016). Comparativa internacional del uso de recursos digitales en el periodismo digital deportivo: Estudio de caso de España y Francia.

Revista Latina de Comunicación Social, 71, 124-140. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468007.pdf>

Forde, S. & Wilson, B. (2018). Radical Sports Journalism? Reflections on ‘Alternative’. *Sociology of Sports Journal*, 35 pp. 66-76. Doi: <https://doi.org/10.1123/ssj.2017-0162>

Gibbs, J. (2015). “The Touchstone of Our Sanity”: Discussing Objectivity in Journalism Using Interdisciplinary Elements. *Journal of Interdisciplinary Studies in Education*, 3(2), 46–56. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=110820346&lang=es&site=eds-live>

González, C. (2016). “Análisis de la viabilidad de un periódico polideportivo en Lima”. (Trabajo de pregrado, Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú). Recuperado de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/88/GONZALES_MUJICA_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). “*Metodología de la investigación*” (6ta ed.). México D.F., México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores.

Hofseth, L. (2018). *Carcinogenesis*, Vol. 39 (1), 21-25. DOI <https://doi.org/10.1093/carcin/bgx085>

Kim, K; Lee, S. & Oh, E. (2017). Athletes with disabilities in the Paralympic Games: a framing analysis of television news. *Managing Sport and Leisure*, 22(4), 255-275. Doi: <https://doi.org/10.1080/23750472.2018.1445976>

Jiménez, V. (2012). El estudio de caso y su implementación en la investigación. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 8 (1), 141-150. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3999526>

Jofré, I. (2014). “*Desarrollo de la Actividad Física y Deportiva, Fomento Público y Responsabilidad Social Empresarial*”. (Memoria de licenciatura, Universidad de Chile, Santiago, Chile). Recuperado de

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115608/dejofre_i.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Luna Victoria, C; Salazar, M; y Vidal, N. (2017). “*Gestión deportiva universitaria: Uso del marketing para la atracción y retención de deportistas en la PUCP*”. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9132>

Mancinas, R; Moreno, J. & Ruiz, N. (2019). Leadership of the native digital press versus the mainstream press in Spain. The Cifuentes case in Eldiario.es, El Confidencial, El País and El Mundo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 1434-1451. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1392/RLCS-paper1392en.pdf>

Manfredi, J; Rojas, J; Herranz de la Casa, J. (2016) Periodismo emprendedor: El periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 69-90. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81948469005.pdf>

Martínez, F. (2013). “*Los nuevos medios y el periodismo de medios sociales*”. (Memoria doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/24592/1/T35106.pdf>

Universidad Ricardo Palma, (2016). *Boletín de investigación* (2). Recuperado de <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1191/boletin-de-investigacion-agosto-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montero, F. (2018). “*Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa*”. (Memoria para doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/47695/>

Morales, F. (2014). Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú. *Correspondencias & Análisis*, (4), 193-216. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.10>

Maxwell E. McCombs & Donald L. Shaw (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Source: The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, (2), pp. 176-187
Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2747787>

- Neuendorf, K. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (2da Ed.) Recuperado de <https://academic.csuohio.edu/kneuendorf/SkalskiVitae/SkalskiNeuendorfCajigas17.pdf>
- Norman, M; Esmonde, K. & Szto, C., (2019). Public Sociology of Sport and Digital Media: A reflexive Analysis of Public Engagement in the “Hockey Biosphere. *Sociology of Sport Journal*, Vol. 36(2), pp. 135-143 DOI <https://doi.org/10.1123/ssj.2018-0103>
- Oliveros, A. (2017). “Deportes minoritarios o minorizados. Reportaje audiovisual sobre la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo y la infrarrepresentación de determinadas modalidades en medios españoles”. (Tesis de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid, Valladolid, España). Recuperado de http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/28147/1/TFG_F_2017_261.pdf
- Ortiz, E. (2013). “Epistemología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Paradigmas y objetivos. *Revista de Claseshistoria*, (12), 2-23. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querryDismax.DOCUMENTAL_TODO=Edgar+Ortiz+Arellano+Epistemolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+Cuantitativa+y+Cualitativa%3A+Paradigmas+y+Objetivos
- Peirce, S. (1974). *“La ciencia de la semiótica”*, Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- Regalado, O; et-al (2015). *“Juegos Panamericanos Lima 2019: Factores críticos para su organización”*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2015/06/15/juegos-panamericanos.pdf>
- Saussure, F. (2008). *“Curso de Lingüística General”*, (24° Ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Losada.
- Shareef, V. (2018). The meaning of originality in architecture and how can it be measured. *Journal of Process Management – New Technologies, International*, Vol. 6 (3), 1-12. Recuperado de <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-735X/2018/2334-735X1803001S.pdf>

- Suárez, D. (2017). *Análisis comparativo del tratamiento periodístico de los diarios Trome y Ojo sobre el caso de la muerte del periodista José Yactayo*. Marzo, 2017, Lima, Perú (tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/15662>
- Wahl-Jorgensen, K; Hanitzch, T. (2009). *“The handbook of journalism studies”*. Recuperado de <https://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf>
- Valderrama, S. (2013). *“Pasos para elaborar Proyectos de Investigación Científica cuantitativa, cualitativa y mixta”* (2° Ed.). Lima, Perú: San Marcos.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DISEÑO DEL MÉTODO
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuáles son las características del tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características que tiene la noticia en la promoción del deporte?</p> <p>¿Cuáles son las características de los aspectos del lenguaje periodístico deportivo en la promoción del deporte?</p> <p>¿Cuáles son las características de la perspectiva periodística en la promoción del deporte?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Analizar el tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019</p>	<p>Tratamiento de la noticia</p>	Noticia	a) Realidad o Acontecimiento b) Cualidades de la noticia c) Construcción de la noticia	<p>Tipo de investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>Diseño: Interpretativo</p> <p>Sub diseño: Estudio de Caso</p> <p>Población y muestra: conformada por las noticias del diario Depor.com de marzo y abril del 2019 y su muestra las noticias del diario digital Depor de marzo a abril del 2019 relacionadas a los Juegos Panamericanos. Además de 6 especialistas en periodismo deportivo y periodismo digital, con conocimiento de los deportes que albergan los Juegos Panamericanos Lima 2019 y 6 lectores del diario en su versión web.</p> <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Guion de entrevista ● Guía de observación <p>Técnica de recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista ● Análisis de contenido
			Aspectos del lenguaje periodístico deportivo	a) Futbolización b) Sensacionalismo c) Lenguaje espectacularizado d) Ética profesional	
			Encuadre o Perspectiva periodística	a) Postura ideológica del diario	
	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Analizar las cualidades que tiene la noticia en la promoción del deporte</p> <p>Analizar los aspectos del lenguaje periodístico deportivo en la promoción del deporte</p> <p>Analizar las cualidades de la perspectiva periodística en la promoción del deporte</p>	<p>Deporte</p>	Deporte como espectáculo	a) Público deportivo b) Juegos Panamericanos	
			Deportista	a) Deportista Profesional b) Deportistas de Élite	
			Categoría económica del deporte	a) Financiamiento público o estatal b) Financiamiento Privado o Mixto	

Guion de entrevista para especialistas (Periodistas deportivos)

Nº	VARIABLE 1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Noticia	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
1	¿Qué importancia tuvieron los acontecimientos previos a Lima 2019 en Depor.com?													
2	Sobre el diario web Depor ¿Qué calidades considera que existieron en la elaboración de las notas deportivas?													
3	¿Cómo fue la construcción de noticias en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019?													
	DIMENSIÓN 2: ASPECTOS DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO DEPORTIVO	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
4	¿Existe tendencia a la futbolización en el contenido de las notas del diario digital de Depor?													
5	¿En qué circunstancias se ha empleado el sensacionalismo en el Diario Depor, en relación a eventos deportivos previos a Lima 2019?													
6	¿Qué aspectos pueden afectar la ética profesional del periodista deportivo, en Depor.com?													
7	¿De qué manera se puede emplear el lenguaje espectacularizado en notas sobre deportes ajenos al fútbol en Depor.com?													
	DIMENSIÓN 3: ENCUADRE O PERSPECTIVA PERIODÍSTICA	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
8	¿Qué postura ideológica considera que manejó el diario sobre los deportes en general durante los meses previos a Lima 2019?													
	VARIABLE 2: DEPORTE													
	DIMENSIÓN 4: DEPORTE COMO ESPECTÁCULO	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
9	¿Qué tipo de público es el que lee el Diario Depor a comparación de otros diarios deportivos?													

10	¿Qué relevancia considera que han tenido los Juegos panamericanos Lima 2019 sobre otros eventos deportivos para el público lector de Depor?														
	DIMENSION 5: DEPORTISTA	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A		
11	¿Cómo se trabajó la imagen de los deportistas profesionales a nivel nacional e internacional (Liga 1 de fútbol), o atletas calificados en Depor.com?														
12	En depor.com ¿De qué manera se han tratado las noticias de los deportistas de élite , es decir, quienes compitieron en Lima 2019?														
	DIMENSION 6: DIMENSION ECONOMICA DEL DEPORTE	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A		
13	El financiamiento de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en el tratamiento de las noticias en Depor.com?														

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Talleto Sánchez, Rodolfo DNI: 45222780

Especialidad del validador: Comunicador Social


17 de 09 del 2019.

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

Observaciones: _____

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

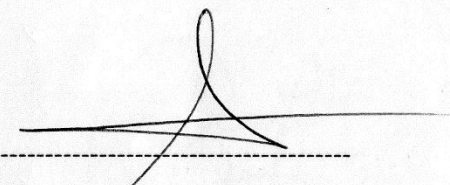
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: *Garry Avendato Alberto* DNI: *16022908*

Especialidad del validador: *Comunicador Social*

- 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

16 de *09* del 201*9*



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones: _____

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


Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): Chávez Muega, Jessica DNI: 46347183

Especialidad del validador: Comunicadora Social

... 16 de 09 del 2019 ...

- 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

Guion de entrevista para lectores de Depor.com

Nº	VARIABLE 1: TRATAMIENTO DE LA NOTICIA	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Noticia	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
1	¿Qué hechos fueron importantes para los Juegos Panamericanos antes de su inauguración en Depor.com? (acontecimientos) (Juegos Panamericanos)													
2	¿Qué noticias llamaron su atención sobre los Juegos Panamericanos, realizadas por Depor.com? (Cualidades de la noticia) (Construcción de la noticia)													
	DIMENSIÓN 2: ASPECTOS DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO DEPORTIVO	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
3	¿Observó mayor presencia de noticias de fútbol, a comparación de otros deportes en Depor.com? (futbolización)													
4	¿Cree que fueron resaltantes las noticias sobre Lima 2019 antes de su inauguración, en Depor.com? (sensacionalismo)													
5	¿Percibió que alguna noticia haya ido en contra de los valores morales, en Depor.com? (ética profesional)													
6	¿Observó la presencia de apodos a deportistas, o alusiones patrióticas en las noticias sobre Lima 2019 en Depor.com? (lenguaje espectacularizado)													
	DIMENSIÓN 3: ENCUADRE O PERSPECTIVA PERIODÍSTICA	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
7	¿Cuáles son las noticias que le han generado mayor interés en Depor.com durante los meses previos a Lima 2019? (postura ideológica)													
	VARIABLE 2: DEPORTE													
	DIMENSIÓN 4: DEPORTE COMO ESPECTÁCULO	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
8	¿Qué deportes le interesan leer a usted? (público)													

DIMENSIÓN 5: DEPORTISTA		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
9	¿Qué imagen tiene sobre los futbolistas nacionales, a comparación de los deportistas de Lima 2019? (deportistas profesionales) (deportistas de élite)												
DIMENSIÓN 6: DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL DEPORTE		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
10	Cree que el aporte económico de las empresas públicas y privadas ¿Pueden influir en las noticias de Depor.com? (financiamiento privado) (financiamiento público).												



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Talledo Sánchez, Rodolfo DNI: 45222780

Especialidad del validador: Comunicador Social

2 de 10 del 2019

- 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

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

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

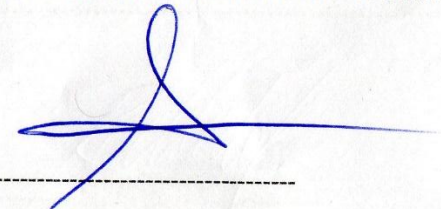
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Gasay Avendato Tomás Alberto DNI: 16022908

Especialidad del validador:.....

- 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

...07 de 10 del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Observaciones: _____

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg): Chávez Murga, Jessica Lisset DNI: 46347983

Especialidad del validador: Comunicadora Social

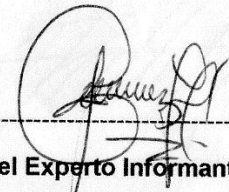
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

... 07 de 10 del 2019.



Firma del Experto Informante.
Especialidad

Consentimiento informado de especialistas:

FECHA: 23-09-2019

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

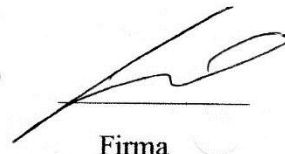
Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

ERICK IVAN OSORES PATIÑO

Nombres y Apellidos del participante

1014/116

DNI


Firma

FECHA: 07-10-2019

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

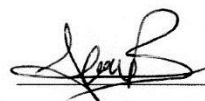
Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Rosario Salazar Neyra

Nombres y Apellidos del participante

09609723

DNI



Firma

FECHA: 03-10-17

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

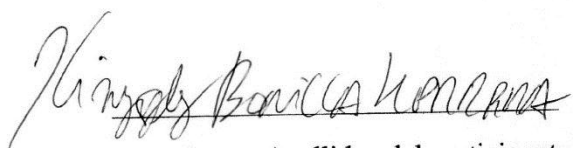
Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

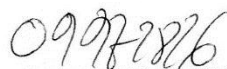
Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

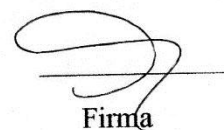
Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.



Nombres y Apellidos del participante



DNI



Firma

FECHA: 07-10-2019

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Virginia Elena Siachen Pareja

Nombres y Apellidos del participante

72674565

DNI


Firma

FECHA: 25-09-19

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.


Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

MARGARITA RIVERA FLORENDE 09429024
Nombres y Apellidos del participante DNI


Firma

FECHA: 24-09-2019

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

JUAN CARLOS HUENADO GUTÉRREZ

Nombres y Apellidos del participante

46398409

DNI



Firma

Consentimiento informado de lectores:

FECHA: 08-10-2017

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

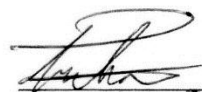
Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Irvin Proleon Benites

Nombres y Apellidos del participante

76625054

DNI



Firma

FECHA: 8-10-19

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

JESUS ZEIN RAMOS RAMIREZ

Nombres y Apellidos del participante

72722293

DNI



Firma

FECHA: 10-10-19

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Anoza Nadine de Jannis D'Brost

Nombres y Apellidos del participante

74938254

DNI



Firma

FECHA: 10-10-19

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.


Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Miras Quispe Gallardo
Nombres y Apellidos del participante

76789944
DNI


Firma

FECHA: 10-10-19

Consentimiento informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así mismo como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación, es conducida por **Dante Javier Arista Cucho**, con DNI 71305168, de la universidad César Vallejo. El objetivo de este estudio es analizar el **“Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019”**, si usted accede a participar de este estudio, se le pedirá responder preguntas en esta entrevista. Esto tomará aproximadamente 30 minutos. Lo que conversemos durante estas sesiones, se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después, las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria, la información que recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de lo que es esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede consultarlas en cualquier momento durante su participación en él. De la misma manera, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique de ninguna forma. Si alguna de las preguntas le parecen incómodas, tiene el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Agradecemos de antemano su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por **Dante Javier Arista Cucho**. He sido informado (a) de que el objeto de estudio es analizar el **Tratamiento de la noticia en la promoción del deporte de un evento panamericano, versión digital del diario Depor, marzo-abril, 2019**.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para otro propósito que no sea del mencionado estudio. He sido informado de que puedo consultar y hacer preguntas al investigador sobre el proyecto cuando desee y puedo retirarme cuando lo decida, sin que esto perjudique a mi persona. De tener preguntas sobre la investigación, puedo consultar a Dante Javier Arista Cucho, a su teléfono **975 303 106**.

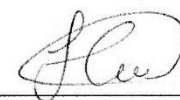
Entiendo que una copia de esta ficha me será entregada y que puedo solicitar la información de este estudio cuando haya terminado, puedo solicitarlo al mismo investigador.

Jackelyn Teodora Huamantla Castro

Nombres y Apellidos del participante

74629691

DNI



Firma