



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0



NÚMERO:

2022 - 050

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

“MEDIO DIGITAL PASIÓN POR EL DEPORTE INFLUYE EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN EL DISTRITO DE ICA”

presentado por: DEL CASTILLO CÁRDENAS, JHON ANTHONY, del nivel de Pre Grado de la FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación El resultado obtenido es: PORCENTAJE DE SIMILITUD 3 % por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 22 de Octubre del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dra. Mónica Cejudo Ordoñez
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**MEDIO DIGITAL PASIÓN POR EL DEPORTE INFLUYE EN EL PERIODISMO
DEPORTIVO EN EL DISTRITO DE ICA**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Del Castillo Cárdenas Jhon Anthony

*Ica – Perú
2022*

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN

Trabajo de investigación

**MEDIO DIGITAL PASIÓN POR EL DEPORTE INFLUYE EN EL PERIODISMO
DEPORTIVO EN EL DISTRITO DE ICA**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por el Bachiller en Ciencias de la Comunicación

Del Castillo Cárdenas Jhon Anthony

*Ica – Perú
2022*

Trabajo de investigación

**MEDIO DIGITAL PASIÓN POR EL DEPORTE INFLUYE EN EL PERIODISMO
DEPORTIVO EN EL DISTRITO DE ICA**

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mis padres y también mi familia por haberme apoyado siempre en el transcurrir de mi carrera profesional de Ciencias de la Comunicación.

ÁREA DE CONOCIMIENTO

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

SOCIEDAD, MEDIO AMBIENTE Y POLÍTICAS PÚBLICAS

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

ÍNDICE

CARATULA

AREA DE CONOCIMIENTO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

ÍNDICE.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	12
1.2. Formulación del problema.....	15
1.2.1. Problema General	15
1.2.2. Problema específico.....	15
1.3. Planteamiento de Objetivos.....	15
1.3.1. Objetivo general.....	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación e importancia de la Investigación	16
1.5. Limitaciones de la investigación	16
1.6. Delimitación de la investigación	17
II. MARCO REFERENCIAL.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1. Bases teóricas	20
2.1.2. Marco conceptual	26
III. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	28
3.1. Hipótesis y variables de la investigación.....	28
3.1.1. Hipótesis general.....	28
3.1.2. Hipótesis específicas.....	28
3.2. Sistema de Variables	28
3.2.1. Variable independiente.....	28
3.2.2. Variable dependiente.....	28

IV. METODOLOGIA	29
4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	29
4.1.1. Población y muestra	29
4.1.2. Técnicas de recolección de datos	30
4.1.3. Instrumentos de recolección de datos	31
4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados ...	31
4.1.5. Presupuesto del proyecto	32
4.1.6. Cronograma de actividades.....	32
V. RESULTADOS.....	33
5.1. Presentación y análisis de los resultados.....	33
Conclusiones.....	45
Recomendaciones.....	46
Referencias bibliográficas.....	47
Anexos	49
• Instrumentos de recolección de información	49
• Matriz de consistencia	50

INTRODUCCIÓN

Facebook es una plataforma de redes sociales que se ha convertido en uno de los medios de comunicación más populares y utilizados en todo el mundo. Aunque no es un medio de comunicación tradicional en el sentido clásico, Facebook ha desempeñado un papel significativo en la forma en que las personas se comunican y consumen información. Aquí tienes algunas características y funciones de Facebook como medio de comunicación, nos permite a los usuarios crear perfiles personales para compartir información y conectarse con amigos y familiares. También permite la creación de páginas, que son utilizadas por empresas, organizaciones y figuras públicas para comunicarse con su audiencia.

Los usuarios pueden compartir publicaciones de texto, imágenes, videos y enlaces en sus perfiles o páginas. Esto les permite expresar opiniones, compartir noticias, promocionar eventos y difundir información relevante, interactuar con las publicaciones de otros mediante la opción de comentar, dar "me gusta" o compartir contenido. Esto permite la participación y el intercambio de ideas en torno a los temas discutidos, crear y unirse a grupos, lo que permite a las personas con intereses comunes reunirse y compartir contenido relacionado. Estos grupos pueden ser utilizados para discusiones, debates, intercambio de información y apoyo en temas específicos.

Muchos medios de comunicación tradicionales y sitios de noticias tienen presencia en Facebook a través de sus páginas. Publican artículos, videos y noticias en sus páginas para llegar a una audiencia más amplia y permitir que los usuarios compartan y comenten sobre esas noticias. Es importante tener en cuenta que Facebook, como cualquier otro medio de comunicación, puede presentar desafíos en términos de veracidad y confiabilidad de la información compartida. Los usuarios deben ejercer un juicio crítico al consumir contenido en la plataforma y verificar la información antes de compartirla o tomarla como veraz

Facebook es una de las plataformas de redes sociales más utilizadas en Latinoamérica y ha tenido un impacto significativo como medio de comunicación en la región. Muchos medios de comunicación en Latinoamérica utilizan Facebook como un canal para compartir noticias y contenido. Publican artículos, videos y actualizaciones en sus páginas de Facebook, lo que les permite llegar a una audiencia más amplia y fomentar la participación de los usuarios a través de comentarios y compartidos, es un lugar donde se crean y se unen grupos y comunidades relacionadas con temas específicos en Latinoamérica.

Estos grupos pueden estar enfocados en noticias locales, intereses culturales, eventos comunitarios, discusiones políticas y más. Los usuarios pueden unirse a estos grupos para interactuar, compartir información y participar en debates. Además, ha permitido que los usuarios en Latinoamérica compartan noticias e información de manera rápida y accesible. Las personas pueden utilizar la función de publicaciones para informar sobre eventos en tiempo real, compartir fotos y videos de situaciones noticiosas, y crear conciencia sobre temas relevantes en sus comunidades. Es importante tener en cuenta que Facebook es una plataforma donde los usuarios pueden compartir información y opiniones, pero también puede presentar desafíos en términos de veracidad y confiabilidad de la información. Los usuarios deben ser conscientes de esto y ejercer un juicio crítico al consumir y compartir contenido en la plataforma

En Perú, Facebook es una de las plataformas de redes sociales más populares y utilizadas, y ha desempeñado un papel importante como medio de comunicación. Aquí tienes algunas formas en las que Facebook se ha convertido en un medio de comunicación en el contexto peruano:

Páginas de noticias y medios de comunicación: Muchos medios de comunicación peruanos tienen páginas oficiales en Facebook donde comparten noticias, artículos y contenido periodístico. Estas páginas permiten a los usuarios seguir y recibir actualizaciones de sus fuentes de noticias preferidas, así como interactuar y comentar sobre las noticias.

Periodismo ciudadano: Los peruanos utilizan Facebook como plataforma para compartir noticias e información relevante en tiempo real. Las personas pueden compartir fotos, videos y relatos de eventos noticiosos, permitiendo una difusión más rápida y accesible de la información.

Grupos y comunidades: En Facebook, se crean y se unen grupos relacionados con diversos temas en Perú. Estos grupos pueden ser de naturaleza informativa, como grupos de noticias locales o comunidades dedicadas a un tema específico. También pueden servir como espacios de discusión y debate sobre asuntos de interés público.

Promoción y publicidad: Tanto las empresas como los creadores de contenido en Perú utilizan Facebook para promocionar sus productos, servicios y contenidos. La plataforma ofrece herramientas de publicidad dirigida que les permiten llegar a audiencias específicas en el país.

Eventos y actividades: Facebook se utiliza ampliamente en Perú para la promoción y organización de eventos. Las personas y las organizaciones pueden crear eventos en Facebook para difundir información sobre conciertos, festivales, conferencias u otras actividades, y los usuarios pueden confirmar su asistencia e interactuar en torno a estos eventos.

Es importante destacar que, al igual que en cualquier plataforma de redes sociales, es esencial ejercer un juicio crítico al consumir y compartir contenido en Facebook. Los usuarios deben verificar la veracidad de la información y tener en cuenta la posibilidad de que se difunda información falsa o engañosa

El presente trabajo aborda la problemática de los medios de comunicación digital vinculados a las actividades deportivas en específico el medio digital “Pasión por el Deporte” buscando esclarecer su influencia en el Periodismo deportivo del Distrito de Ica, pues en la localidad iqueña el periodismo deportivo ha tenido un ligero avance en cuanto a algunos medios digitales y recientes modos de producción de contenidos pero sin cobrar todavía ese creciente protagonismo hasta consolidarse como un verdadero medio de información deportivo digital.

El posible auge de este tipo de información digital no solo es novedoso; también se debería diferenciar teniendo un estilo particular, basado en la calidad del color y de la imagen, la originalidad y lo espectacular de sus propuestas informativas deportivas y así se estaría aportando con un novedoso medio digital de presentación de información mediante un lenguaje atractivo y accesible para todas las formas de pensar del deporte iqueño, bueno eso es lo que se quisiera del medio digital Pasión por el Deporte.

Como se sabe con el frecuente uso de internet ha cambiado la manera de generar noticias y difundirlas. En este escenario digital, el periodismo deportivo iqueño ya debería encontrar en este medio uno de los más importantes y eficaces mecanismos de difusión de contenidos deportivos, hasta ya en algún momento el medio digital denominado Pasión por el Deporte sea más rápido y efectivo para difundir, habiendo varios deportes, todo tipo de noticias ganando en rapidez a los medios nacionales e internacionales, evitando el sólo “rebotar” sus noticias deportivas.

Con más frecuencia, las redes sociales como por ejemplo facebook se están poniendo de moda como la plataforma más vista para las noticias también para brindar avances de la primicia informativa deportiva y por ende convertirse en algún momento en fuentes de noticias principal para otros medios tradicionales. El facebook se estaría anticipando a la noticia deportiva para luego la televisión tradicional, emisoras y prensa escrita lo difunda también. Ahora, ni que decir de la posibilidad que el medio digital Pasión por el Deporte pudiera apropiadamente interactuar online con sus “amigos de facebook”, para que se pudiera mejorar la imagen empresarial de dicho medio digital.

El presente trabajo de investigación se elaboró de acuerdo a los lineamientos de la Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de Ica, estructurado en cinco capítulos:

En el capítulo I, Se habla del planteamiento del problema de investigación; la definición del problema general y específicos, la redacción de la delimitación del problema; así como la justificación e importancia de la investigación y las limitaciones de la investigación; la redacción de los objetivos de investigación: general y específicos

El capítulo II, Desarrolla el marco referencial, donde se habla sobre los antecedentes del problema de investigación; las bases teóricas de la investigación y desarrollo del marco conceptual.

En el capítulo III, Identificamos la hipótesis general y específicas; así como el sistema de variables, tanto independiente y dependiente.

En el capítulo IV, Identificamos la estrategia metodológica de la investigación; señalamos el tipo, nivel y diseño de investigación; la población y muestra materia de investigación. Asimismo, se explica las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de procesamientos de datos, el análisis e interpretación de resultados.

En el capítulo V, se muestran la presentación, interpretación y discusión de resultados.

Finalmente, se redacta las conclusiones y recomendaciones del caso; así como se menciona las fuentes de información y los anexos.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Medio digital “Pasión por el deporte” influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

1.1. Descripción de la realidad problemática

Aunque Facebook ha sido una plataforma popular como medio de comunicación, también ha enfrentado varias problemáticas, existen preocupaciones asociadas con el uso tal es el caso de la desinformación y noticias falsas, ha sido objeto de críticas por la propagación de desinformación y noticias falsas en su plataforma. La facilidad con la que el contenido se comparte y se difunde rápidamente ha permitido que información no verificada o engañosa alcance a un gran número de usuario. Esta red social ha enfrentado problemas de privacidad y seguridad de datos en varias ocasiones. Ha habido casos en los que la información personal de los usuarios ha sido utilizada de manera inapropiada o se ha filtrado a terceros sin su consentimiento.

La forma en que Facebook muestra contenido basado en los intereses y preferencias de los usuarios puede contribuir a la formación de burbujas de filtro, donde las personas solo ven información que refuerza sus creencias existentes. Esto puede llevar a la polarización y dificultar la exposición a diferentes perspectivas. El uso excesivo de Facebook y otras redes sociales puede generar dependencia y adicción. Pasar demasiado tiempo en la plataforma puede afectar negativamente la salud mental y el bienestar de las personas, y distraerlas de las interacciones y actividades en el mundo real. Facebook ha enfrentado desafíos en la moderación de contenido inapropiado, como discursos de odio, violencia, acoso y contenido explícito. La plataforma ha tenido que implementar políticas y mecanismos de denuncia para abordar estas problemáticas, pero todavía existen preocupaciones sobre la eficacia y la consistencia en la moderación del contenido.

Estas son solo algunas de las problemáticas asociadas con el uso de Facebook como medio de comunicación. Es importante que los usuarios sean conscientes de estos desafíos y utilicen la plataforma de manera responsable, verificando la información, protegiendo su privacidad y manteniendo un equilibrio saludable en el uso de las redes sociales.

El periodismo deportivo ya empieza a vivir un panorama extraordinario y de entusiasmo pues de tener un escenario tradicional de monopolio con altos beneficios para unos pocos y casi nada de competencia ahora se está insertando en un escenario digital y más democrático. Se observa que periodistas y/o comunicadores sociales están compitiendo

“con ferocidad” por que tengan la atención de los usuarios interesados en temas deportivos.

Pero a la vez el periodismo deportivo digital está en un escenario de incertidumbre pues aparecen nuevos avances tecnológicos de accesibilidad; dificultando aspectos técnicos y afectando beneficios económicos pues se desactualiza las propagandas pagadas en las redes sociales como el facebook y que el usuario exija más información deportiva actualizada digital; volviéndose difícil el ejercicio de la profesión deportiva.

Los medios digitales deberían fomentar la creatividad y el estar aprendiendo que se tiene poder para comunicarse superando barreras informativas. Se debe permitir que mediante el periodismo digital se debe difundir historias deportivas, testimonios reales, entrevistas y noticias deportivas. Siendo así, al periodista deportivo digital se le están exigiendo que sean más competente con conocimientos actualizados de redes sociales como el facebook. Sabiendo crear los contenidos deportivos y lograr más agudeza para gestionar información confiable en el amplio espacio de internet.

La Fundación Internacional de Seattle (2019) afirma que se va apoyando a periodistas independientes y a los medios de comunicación alternativos en Centroamérica para estar investigando e informando sobre la verdadera realidad regional, darles voz a los ciudadanos y estar promoviendo la democracia. Hay medios independientes y varios proyectos de investigación alternativos los cuales van abarcando el recopilar, verificar y analizar datos. También, hay eventos periodísticos alternativos en conferencias regionales de periodistas y capacitaciones para reporteros, editores y directores independientes.

En Perú, los medios digitales y el periodismo deportivo son fenómenos actuales, pero también hay incertidumbre en su avance pues cada vez hay actualizaciones tecnológicas para difundir información deportiva a las personas, familias u organizaciones o inclusive para los públicos que están en el extranjero. Por ejemplo, en estos días Facebook involucra medios digitales para comunicarse con muchas personas sin estar desplazándose entre lugares, siendo una alternativa de difundir noticias deportivas. En la actualidad, los medios digitales existentes en facebook es un medio importante para informar a las masas y difundir información deportiva, pero por el avance tecnológico todavía no se han adaptado algunos medios digitales para estar opinando, criticando, protestando, comentando con frecuencia y en tiempo real sobre temas coyunturales deportivos.

Según Quispe (2020) los medios de comunicación alternativos están participando en el

proceso de difundir noticias, con las herramientas digitales que se encuentran a libre albedrío en internet. Los desarrollos tecnológicos y la capacitación de periodistas profesionales otorgan a los medios de comunicación alternativos el poder de estar influyendo en el establecimiento de temas importantes para la ciudadanía, que tiempos antes era privilegio exclusivo para los otros medios de comunicación tradicionales como radio, televisión y prensa escrita.

De lo descrito anteriormente, se observa que el medio digital Pasión por el Deporte tiene a sus periodistas o comunicadores que intentan competir e informar noticias del deporte local en el Distrito de Ica e intentar lograr la atención de sus usuarios interesados en buscar periodismo deportivo.

Pero a la vez, también este medio digital Pasión por el Deporte está ayudando a desarrollar el periodismo deportivo en el Distrito de Ica pero con incertidumbre ante los avances tecnológicos de estos tiempos provocando dificultades técnicas y reduciendo ganancias económicas pues no se aprecia abundante propaganda publicitaria pagadas en el medio digital mencionado y no hay una atención apropiada a sus públicos iqueños quienes exigen noticias deportivas actuales cotidianos y en forma digital; volviéndose difícil cuando se quiere contacto con sus públicos vía online y/o en tiempo real vía Facebook por ejemplo.

El medio digital Pasión por el Deporte debería promover también la creatividad y el estar apoyando el periodismo deportivo en la localidad iqueña para estar comunicándose y estar superando limitaciones informativas. Se debería permitir que el medio digital mencionado debe comunicar noticias deportivas, entrevistas con deportistas locales y noticias deportivas nacionales e internacionales e implementar la comunicación online o en tiempo real si se pudiera o por lo menos intentarlo. Ante esto, sus periodistas deportivos encargados de la vía digital se deberían exigir y volverse más competentes para ayudar al avance del periodismo deportivo en la localidad iqueña en especial.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1

¿Cómo la difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?

PE 2

¿Cómo la interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?

1.3. Planteamiento de los Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Identificar como el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica.

1.3.2. Objetivos específicos

OE 1

Identificar como la difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

OE 2

Identificar cómo la interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación

Esta investigación se desarrolló para resaltar el avance del periodismo deportivo en el Distrito de Ica, con la tecnología digital, estaría logrando cambios inesperados en la profesión periodística. La propia internet revolucionó los formatos convencionales, así se aprecia que las entrevistas online, los debates online y reportajes multimedia se van convirtiendo en los géneros periodísticos deportivos. Algo interesante y que refleja la evolución del medio digital Pasión por el Deporte de Ica, se sitúa desde años atrás donde a través del Facebook por ejemplo la gran cantidad de noticias deportivas que se leen u observan están vinculadas a videos, fotos, etc; compartidos en ocasiones.

Siendo así, los beneficiarios directos del presente estudio son los espectadores y/o usuarios del medio digital Pasión por el Deporte en busca de periodismo deportivo en el Distrito de Ica.

1.4.2. Importancia

Es importante el periodismo deportivo en Ica pues los lectores (usuarios) de ahora no desean ni hay paciencia de estar atento a la pantalla sin estar adecuadamente informado y al día. Es así, que la manera de difundir las noticias con artículos breves y no tan profundos, en la medida de las posibilidades y que mejor mediante un medio digital por ejemplo Pasión por el Deporte.

De esta manera, según lo planificado hubo el compromiso sincero de terminar con el presente estudio tanto por el autor del estudio y de los espectadores y/o usuarios del medio digital Pasión por el Deporte en Ica. También, se tiene la logística asignada para cumplir con la investigación.

1.5. Limitaciones de la investigación

Información actualizada y organizada: Sobre el tema de investigación, en la web no se tiene mucha información actualizada y organizada volviéndose una limitación, pero se hizo la indagación necesaria con tiempo y visitando web especializadas para encontrar

información lo más confiable posible.

Temporales: Se ha establecido un tiempo breve para hacer la investigación, pero se incrementó más horas para hacer el estudio por el autor y de esta manera culminarlo.

1.6. Delimitaciones de la investigación

1.6.1. Delimitación teórica

Delimitación teórica de las variables en estudio:

Medio Digital Pasión por el Deporte. - Este medio está ubicado en el facebook compartiendo noticias del deporte local, nacional, internacional para sus usuarios. Hay videos e imágenes sobre fútbol nacional y otros deportes.

Periodismo Deportivo. - Es aquel periodismo que evalúa el deporte, diagnostica, comunica y difunde por las diversas plataformas.

1.6.2. Delimitación espacial

El presente trabajo académico se realizó en la región Ica, Provincia y Distrito de Ica, por lo cual la investigación tiene alcance regional

1.6.3. Delimitación temporal

La investigación se realizó durante los meses de diciembre 2019 a febrero del año 2020

II. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1.1. Antecedentes a nivel internacional

De Vita (2018) mediante la investigación que realizó, denominada "El Periodismo Deportivo en la Era Digital: Caso del Sitio Oficial de la Copa Argentina" de la Universidad Abierta Interamericana (Argentina). El autor calificó a Facebook como el medio digital, el cual es uno de los más usados por el periodismo deportivo, dado a que cumple la idea de transmitir imágenes o compartir la noticia. En este caso, Facebook ha variado las estructuras de la comunicación digital, ya que se debe reiniciar el vínculo con las fuentes. Ello significó que el periodismo deportivo ya estuviera contando con sus propias plataformas digitales y para dicha labor informativa en Internet es necesario la actuación de los profesionales especialistas en comunicación para tratar dichos medios digitales.

Vegas y Tulloch (2016) elaboraron un estudio denominado "Periodismo Deportivo de largo formato en la Era Digital" de la Universitat Pompeu Fabra en el año 2016 (España). Para los autores las empresas digitales se han ido convirtiendo en herramientas que contribuyen a la innovación tecnológica. También, mencionaron que las plataformas digitales van presentando en materia de deportes, contenidos multimedia, usando las fuentes informativas y en la mayoría de casos, estrategias de mercadeo.

2.1.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Villacorta (2018) realizó una investigación cuyo título es "Tratamiento noticioso de la participación del Perú en el mundial de Rusia 2018 en el medio deportivo digital Depor.com" de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Lima-Perú). El autor culminó en lo siguiente; Depor.com inició con la primera cobertura de la noticia en el ciberespacio, con la participación de la selección peruana en el mundial Rusia 2018, del que se hizo presente a través

de la web, dado a que buscaron el del desarrollo del periodismo deportivo de manera digital. Dicho medio digital hizo un tratamiento de la noticia planteado desde la temática planteada de afianzarse con el público, usando ciertas características como un lenguaje sencillo y directo. El medio digital priorizó un conjunto de detalles que los define como únicos ante la competencia, debido a que: rechazaron al clickbait, han venido usando titulares mediáticos y con mucho patriotismo en cada noticia.

Huamán (2020) realizó una investigación cuyo título es "Experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima, 2020" de la Universidad Peruana Unión en el año 2020 (Lima-Perú). Para la autora la formación de un periodista tiene relevancia en los espacios periodísticos, cognoscitivas y estrategias para ir ejerciendo su rol profesional. El futbol no era comentado por una periodista, inclusive no había periodismo deportivo. El perfil de las mujeres en el mundo del periodismo abarcando la difusión de notas de contenido deportivo, debe de tener un espíritu valiente que no se intimida frente a los retos, decidiendo ser competitivas en su labor como periodistas deportivos.

2.1.1.3. Antecedentes a nivel local

Dávila (2018) realizó una investigación sobre "Dimensión Deportiva - Ica" de NIT Noticias (Ica-Perú). El autor señala que el medio digital Dimensión Deportiva de Ica estuvo ofreciendo una opción distintita en comparación al resto de medios iqueños, con noticias del futbol local, peruano e internacional. El medio digital Dimensión Deportiva de Ica realizó entrevistas a futbolistas del medio local iqueño vía online. Además, estuvo difundiendo noticias con imágenes inéditas del deporte nacional e internacional.

2.1.2. Bases teóricas

Flores (2017) menciona sobre los medios digitales; Los medios de comunicación digital son aquellos que se emplean en la internet para la difusión de contenido e informaciones. Aparecieron a finales del siglo XX, gracias al desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y desde entonces, han invadido con fuerza en el contexto de las comunicaciones humanas, causando una revolución en la manera en que las personas consumen, producen e interactúan con la información. Aún se encuentran en expansión y su proceso de democratización y acceso a las masas aún está en progreso. (p.1)

También, Fernández y Núñez (2015) mencionan sobre la definición de medios digitales; Cada vez más personas ejercen la función de “periodistas” sin los fundamentos de comunicación en cuanto a los criterios fundamentales y la metodología necesaria. A partir de los medios digitales surge la comunicación digital, que es una derivación de la comunicación social, pero enfocada a cada persona que produce y distribuye mensajes en medios digitales con el fin de generar un incremento de venta o alcance en cada una de sus actividades económicas, culturales o individuales. Todas las personas que envían desde cadenas por mails, hasta las personas que ofrecen sus productos. Por otra parte, se trata de la comunicación y la tecnología, cuando ambas tienen el mismo nivel de importancia (p.4).

Paredes (2017) manifiesta sobre la importancia de los medios digitales que la competencia es algo que las organizaciones tendrán que combatir todo un siempre por ello es arte fundamental desarrollar una buena ventaja competitiva, para Porter la ventaja competitiva es hacer algo diferente que la competencia y sea valorado por nuestros clientes/consumidores. Por esta razón al implementar estrategias del marketing digital se obtienen beneficios como crear valor a los clientes y consumidores, al hacer uso de los medios digitales permite conectar, mantener relaciones y fortalecer los vínculos con los usuarios mejorando la imagen institucional.

La acción de comunicar se conceptualiza como el acto de informar con las palabras más sencillas de una manera organizada y planificada todas las actividades que la empresa quiera destacar y sea de interés para su público objetivo, analizando el canal más eficaz, el medio digital más adecuado y a los

participantes que intervienen en este proceso. Es de vital importancia que se conozca el comportamiento del consumidor para elaborar un plan de comunicación y este se ajuste a sus necesidades. La organización y el personal con el que se pretende trabajar deben estar sumamente capacitados y especializados en esta área con el fin de satisfacer la demanda de su mercado.

Como bien se tiene entendido en este mundo de los negocios y empresas existe un amplio mercado con una extensa variedad de bienes y servicios, por eso hoy en día en el mundo empresarial es de vital importancia los medios digitales donde permita estar en constante competencia, es por ello que el éxito de muchas grandes empresas se han debido a decisiones digitales muy bien ejecutadas. (p.6)

Aguirre et al. (2014) se expresa sobre el impacto de los medios digitales en la sociedad que en los medios digitales las bajas barreras de ingreso no solo logran que cada receptor también pueda convertirse en un emisor, sino que los receptores son protagonistas al propagar en tiempo real la información y deliberación oportuna. Ello implica dos beneficios: los interlocutores son la instancia real de la verdadera censura y el registro de los mensajes y sus contenidos multiplica los enlaces dentro de la red. Esto da más autenticidad a la comunicación en los medios digitales porque los mensajes buscan el sentido de mejorar al contenido, al medio y al usuario independientemente del impacto que genere en los grupos de poder. Es decir, la utilización misma de los medios digitales genera mejores prácticas y valores, a pesar de que las respuestas puedan ser pocas y no estén sujetas a elevar las estadísticas de audiencia. La práctica misma del uso de medios digitales, por razones más cualitativas que cuantitativas, ha generado los denominados derechos mediáticos como la educación electrónica, el gobierno electrónico y al apuntar hacia el voto electrónico también causa la tendencia hacia las otras formas de la participación ciudadana electrónica.

Con la participación ciudadana electrónica no solo se mina la hegemonía de las narrativas oficiales y los megarelatos alienantes, sino que las minorías y las periferias, las esferas locales y privadas, toman los sitios privilegiados dentro del espacio público que se les había negado. En el fondo, la desterritorialización de los medios digitales emancipa a los ciudadanos de las falsas construcciones simbólicas e imaginarias que los totalitarismos impusieron, la mayoría de las

veces, a través de los medios masivos de comunicación tradicionales.

Los medios digitales proveen a los ciudadanos de instrumentos para una cabal participación en diversas escalas. Así, por ejemplo, Twitter es más apto para la movilización, mientras el blog promueve más a fondo los espacios deliberativos, Facebook es multifuncional y a diferencia de los dos anteriores, es idóneo para la difusión y el crecimiento de los debates ciudadanos. Debe sumarse a lo anterior el potencial de la web 3.0 o web federada, en especial la denominada "sindicación" que permite redifundir la información actualizada. (p.1)

Según Torrijos (2014) menciona sobre los medios digitales y el periodismo deportivo, el periodismo deportivo no es ajeno al complejo proceso de cambios y de reestructuración al que está sometido en la actualidad al conjunto del sector de los medios de comunicación, los cuales han de ir adaptándose necesariamente a la continua evolución del mercado para no dejar de ser competitivos. La obligada reconversión hacia lo digital ha traído consigo la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas aplicadas a las tareas periodísticas y, como consecuencia de ello, una transición hacia nuevos perfiles profesionales, que, además de contar noticias, han de poseer competencias adicionales en otras labores como programación, fotoperiodismo, video edición o infografía. Empieza a imponerse el periodista multitarea o multifunción, el también llamado "hombre orquesta".

La verdadera revolución periodística provocada tras la irrupción de Internet no solo ha obligado a los medios impresos, radiofónicos y televisivos tradicionales a reforzar su presencia online con portales y webs cada vez más actualizadas, interactivas y con mayor número de contenidos multimedia, blogs y hemerotecas en línea. También ha supuesto la proliferación de medios deportivos exclusivamente digitales, que, cuentan en muchos casos con un grado de especialización mucho mayor y compiten con productos propios y diferenciados.

El periodismo deportivo digital ha encontrado una vía de propagación aún mayor gracias a las principales redes sociales. Así, a través de sus cuentas oficiales o de algunos de sus profesionales y blogueros más relevantes, los medios logran dar una mayor difusión a sus contenidos mediante enlaces a noticias, reportajes, vídeos o artículos de opinión que, de forma viral, conducen a aumentar el tráfico de visitas hacia sus respectivas webs. (pgs.182-183)

Torrijos (2014) menciona que el periodismo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos.

El florecimiento de esta tipología informativa no solo ha sido numérico; lo ha hecho marcando tendencias, creando un estilo propio, fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas, y aportando un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible para todas las mentalidades. (p.178)

Luego, Novoa (2016) sobre el periodismo deportivo señala que el periodismo es uno de los campos más conocidos de la comunicación, a través de la sociedad se informa sobre las diferentes realidades según su interés en los variados medios. Existen distintos tipos de periodismo: político, social, ambiental, cultural, bélico, etc. Es decir, está segmentado, y es el periodismo deportivo, en la actualidad, uno de los que más ha crecido siendo el más rentable.

Hoy en día existe una gran cantidad de información, esto conlleva a que se genere saturación y que la demanda del mercado periodístico sea contratar especialistas en el tema. En muchos países del mundo, el Perú uno de ellos, existe la carrera de Periodismo Deportivo, con el fin formar gente capacitada en ahondar el proceso informativo deportivo: evaluar al deporte, diagnosticarlo, comunicarlo y difundirlo por diversas plataformas. (p.1)

Suarez (2018) manifiesta sobre la importancia del periodismo deportivo en la sociedad y que este se está convirtiendo con los años en muchos casos en un medio para que el comunicador muestre su pensamiento y no una noticia, dejando de lado las buenas prácticas que lo caracterizan, basando su trabajo en la parcialidad. La parcialidad deja de lado los valores éticos, ya que los periodistas que caen en ella, se olvidan de la equidad, y comienzan a apoyar a un determinado equipo, olvidándose de su verdadera función informativa. Algunos comunicadores deportivos caen en el juego de usar los medios de comunicación para defender a sus equipos favoritos, olvidando que sus comentarios son recibidos por muchas personas, lo cual genera comentarios que en muchos de los casos altera la conducta de quienes lo reciben.

Muchos comunicadores deportivos se olvidan de su función de informar los hechos que se suscitan, negándole a las personas su derecho a recibir una información verídica, generando desconfianza en quienes la escuchan o leen. Varios comunicadores deportivos han dejado a un lado una tarea muy importante como es ser mediadores entre el deporte y el fanático, e inculcar a través de su espacio prácticas sanas que hagan del deporte la actividad que una a las familias y a la sociedad. (p.15)

Varela (2017) manifiesta que las nuevas tecnologías han venido siendo un aporte a la sociedad a nivel mundial, en el ámbito de la comunicación deportiva, con el uso del internet causando una verdadera revolución en el comportamiento comunicacional. La combinación de la información y de la tecnología de la comunicación en el servicio de telecomunicaciones le ha dado un giro abismal al envío y recepción de datos y transformando nuevos procesos de comunicación.

Hoy en día, las agencias de prensa deportiva, medios de comunicación especializados en deportes, periodistas deportivos, relacionistas públicos de entidades deportivas y más fuentes de información se someten a los sistemas actuales de las herramientas comunicacionales, para el desarrollo profesional de su trabajo.

El internet es una plataforma virtual que permiten a los usuarios enriquecer sus conocimientos. Los contenidos que se exponen a diario en la web guardan un vínculo con la autenticidad de la labor periodística, la objetividad deber ser fundamental en el campo de comunicación social. Ante todo esto, los profesionales de la información deportiva deben guardar la credibilidad ante su público, renovando la interacción con ellos e innovando y acomodándose en las formas de difusión de los hechos con los sistemas modernos.

Los medios de comunicación en este caso la radio, televisión y prensa escrita han unido sus formas de transmitir los mensajes para adaptarse al fenómeno del medio digital; en este caso, la radio con el audio; la televisión con el material audiovisual y la prensa escrita con el texto; dándole la optimización necesaria. (p.20)

Molina (2019) manifiesta sobre la influencia del periodismo deportivo digital en la sociedad; El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante.

Es hoy que este periodismo especializado pone al consumo deportivo en primera línea. Diversificado entre la prensa escrita, sea en pantalla con publicaciones on-line, blogs, wikis y redes sociales o en papel con los diferentes tipos de impresión; la radio y su vertiente en cuadrantes o a través de la www; la televisión en su versión abierta o de paga; y en las nacientes formas Peer-to-peer de transmisión de video a través de Internet, su demanda no para de aumentar, lo que hace preponderar sobre el alcance comercial, cultural y social que posee esta profesión, pero que también alerta sobre la exigencia de profesionistas más preparados y conscientes de su trascendencia. Esta preparación requiere reconocer los errores más comunes en los que cae el periodista deportivo que, es poco formado al extremo que no hay uno solo que tenga un título de tercer ciclo; el uso de la tecnología es deficiente (blogs); es reactivo ante los hechos deportivos y altamente facilista; se ha enclaustrado en su especialidad, perdiendo influencia en otras disciplinas periodísticas.

Además, se ha encasillado a ser un recolector de datos estadísticos, en analizar el desempeño de los atletas, en pasar por sus entrenamientos y partidos con el único fin de retratarlos, sin entender que el deporte va más allá de la actividad física. (pgs.5-6)

También, se tiene a Lozano (2017) quien se expresa sobre la influencia del periodismo deportivo digital en la sociedad desde comienzos del siglo XX los medios deportivos han sabido aprovechar la coyuntura que presenta el deporte como exhibición para el público y han conseguido crear un periodismo especializado con gran repercusión académica a diferencia de lo que ocurría en sus inicios. Esto demuestra, una vez más, la capacidad de adaptación que tiene esta rama periodística.

El desarrollo del periodismo deportivo ha llevado a que cada vez más existan expertos en este campo, logrando de esta manera cambiar lo que ocurría en épocas anteriores en las que el periodismo deportivo, a pesar de ser la especialización con mayor repercusión social, era asociado a profesionales poco formados.

En definitiva, se puede decir que el Periodismo Deportivo se ha consolidado como una de las ramas informativas con mayor repercusión social, ya que se presenta como una información de masas, de interés general y con un lenguaje asequible para la mayoría de la población. Por este motivo la especialización ocupa mucho espacio en todos los medios de comunicación; radio, televisión, prensa y en los últimos años, adaptándose a la vida 2.0, en portales webs, blogs y páginas multimedia. Es por ello que el Periodismo Deportivo, a día de hoy, es la información más leída tanto países europeos como en países sudamericanos lo que se ve reflejado en la situación actual de la prensa deportiva formato papel.

Muchos aseguran que la buena evolución de esta especialización periodística deportiva digital se debe a que tratan temas de interés general utilizando un lenguaje al alcance de toda la población. (pgs.3-4)

2.1.3. Marco conceptual

Blogs. - Herramienta que posibilita que haya expresión de ideas y poner contenidos disponibles para otras personas en la Web de forma sencilla.

Comunicadores deportivos. - Son personas que utilizan las técnicas para la transmisión de información deportiva desde un emisor hacia un receptor. La comunicación podría ser en vía directa o en sentido diferido, en relación al contexto vivido.

Comunicación social. - Se basa en estudios científicos que evalúan todo lo relacionado con los procesos comunicativos en una sociedad actual.

Fotoperiodismo. - Es denominado como un género periodístico que comunica con fotos de hechos, personas, temas, etc.

Medio Digital. - Es un formato donde se realiza creación, observación, transformación y conservación de los datos en varios dispositivos virtuales.

Medio Digital Pasión por el Deporte. - Es un medio en el facebook

difundiendo noticias del deporte iqueño, nacional e internacional para sus usuarios.

Periodismo Deportivo. - Es un periodismo fundamentado en el deporte, diagnosticando, comunicando y difundiendo por vía online accediendo a varios recursos relacionados con el mismo tema.

Periodismo. - Es cuando se recopila y analiza (por escrito, oralmente, visualmente o gráficamente) la información, en varias formas, presentación y varias situaciones.

Redes sociales. - Es un conjunto de personas que mantienen vínculos entre ellos, debido a temas de gran relevancia

Video edición. - Es la etapa audiovisual a partir de las imágenes obtenidas de un soporte técnico, coloquial de vídeo, grabadas con anticipación. También, se requiere de la fuente.

III. HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis y variables de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

El medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1

La difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

HE 2

La interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variable independiente: Medio Digital Pasión por el Deporte

Indicadores

- Calificación de los usuarios sobre el medio digital
- Interacciones
- Información deportiva

3.2.2. Variable dependiente: Periodismo Deportivo

Indicadores

- Relevancia del periodismo deportivo
- Influencia del periodismo deportivo
- Repercusión social

IV. METODOLOGIA

4.1. Tipo, nivel y diseño de investigación Tipo

El estudio es básico pues se requiere de información organizada, coherente sobre las variables de estudio como son Medio Digital Pasión por el Deporte y Periodismo Deportivo.

La tipología de la investigación fue básica porque se ha descrito la realidad problemática a través de las variables involucradas en esta investigación. No se manipularon las variables, no se modificó la realidad, solo se realizó un diagnóstico científico.

Artuch (2014) manifiesta que la investigación básica tiene por finalidad el estar ampliando el conocimiento científico para crear novedosas teorías o cambiando las que existen.

Nivel

Nivel descriptivo

Diseño

Correlacional

Osada y Carrillo (2021) manifiestan que el diseño descriptivo correlacional es una expresión estadística que describe las variables e implica que la variación de una variable independiente se relaciona con otra variable dependiente.

4.1.1. Población y muestra

Población

La población fue de 7,738 seguidores del Medio Digital Pasión por el Deporte

En Facebook, la métrica principal utilizada para medir la cantidad de seguidores de una página o perfil es el número de "Me gusta" (también conocido como "Likes"). El número de "Me gusta" muestra cuántas personas han expresado su interés al seguir una página o perfil específico en Facebook.

Fuente: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063639548807&sk=followershttps>

Para el presente estudio se tiene en cuenta el muestreo no probabilístico mediante el muestreo intencional para seleccionar a los integrantes de la muestra de estudio.

Luego, se tiene la fórmula para el tamaño de muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + PQZ^2}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96

P = Probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

Q = Probabilidad de fracaso = 1 – p

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 5%

N = Población

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{1.962 \times 0.50 \times 0.50 \times 7,738}{(7,738 - 1) \times (0.052) + 0.50 \times 0.50 \times 1.962}$$

$$n = \frac{7431.5752}{19.3425 + 0.9604}$$

$$n = 366.03515$$

Muestra: 386 seguidores

4.1.2. Técnicas de recolección de datos

La encuesta contiene 10 preguntas siendo respondidas por los integrantes de la muestra para determinar si el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica

4.1.3. Instrumentos de recolección de datos

El cuestionario elaborado ayudó en el trabajo de campo donde participaron los seguidores del Medio Digital Pasión por el Deporte. Se empleó un tiempo estimado para las encuestas siendo de 15 minutos por cada seguidor, quienes con mucho interés han respondido las primeras 5 preguntas que tiene que ver con la variable independiente: Medio Digital Pasión por el Deporte marcando “SI” o “NO”. Luego, se tiene otras 5 preguntas que tiene que ver con la variable dependiente: Periodismo Deportivo siendo las respuestas: “SI” o “NO”.

4.1.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Se realizó la organización de los datos luego del trabajo de campo aplicando el cuestionario a los integrantes de la muestra. Luego, se ha tabulado la información realizando la descarga respetando las respuestas.

4.1.5. Presupuesto

Tabla 1
Presupuesto General

Partida	Descripción	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Total
Potencial humano	Asesor metodológico	01	1,200.00	2,000.00
	Asesor Estadístico	01	800.00	
Materiales	Papel Bond A- 4	02 millar	30.00	190.00
	Lapicero, Resaltador	03 unidades	10.00	
	Empastado	01	150.00	
Servicios	Fotocopias	02 centenares	20.00	620.00
	Movilidad	20	400.00	
	Refrigerios	10	200.00	
Total				2,810.00

Nota: Elaboración propia

4.1.6. Cronograma

Tabla 2
Cronograma de actividades

Actividades	Cronograma											
	Diciembre 2019				Enero 2020				Febrero 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del proyecto	X	X										
Revisión bibliográfica			X	X								
Preparación de instrumentos					X							
Recolección de datos						X						
Procesamiento de los datos							X					
Análisis e interpretación de resultados								X				
Presentación del borrador del Informe Final									X			
Aprobación del Informe Final								X	X	X		
Sustentación												X

Nota: Elaboración propia

V. RESULTADOS

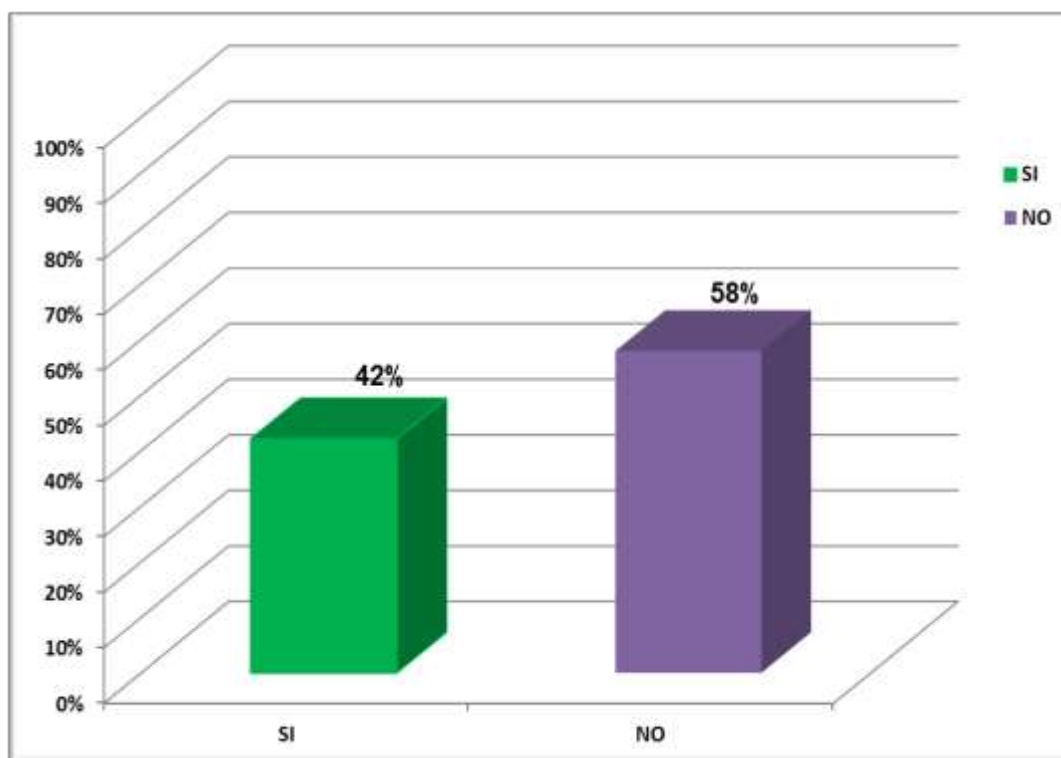
5.1. Presentación y análisis de los resultados

1.- ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte tiene importancia en el Distrito de Ica?

Tabla 3

Respuestas	Frecuencia	%
SI	154	42 %
NO	212	58 %
Total	366	100 %

Gráfico 1



Fuente: Cuestionario

Interpretación

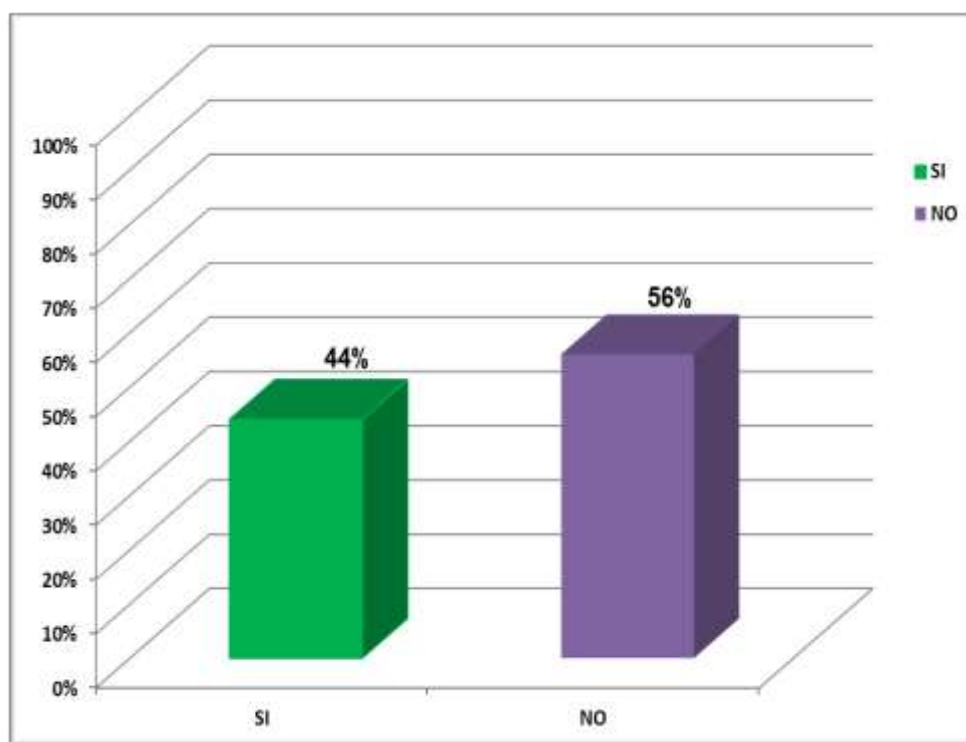
Luego de realizar el trabajo de campo con los 366 seguidores, un 42% que representa a 154 usuarios opinaron que si creen que el medio digital Pasión por el Deporte tiene importancia en el Distrito de Ica; luego un gran porcentaje 58% equivalente a 212 seguidores respondieron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte tiene importancia en el Distrito de Ica.

2.- ¿Para usted el medio digital Pasión por el Deporte tiene un impacto positivo en la sociedad iqueña?

Tabla 4

Respuestas	Frecuencia	%
SI	161	44 %
NO	205	56 %
Total	366	100 %

Gráfico 2



Fuente: Cuestionario

Interpretación

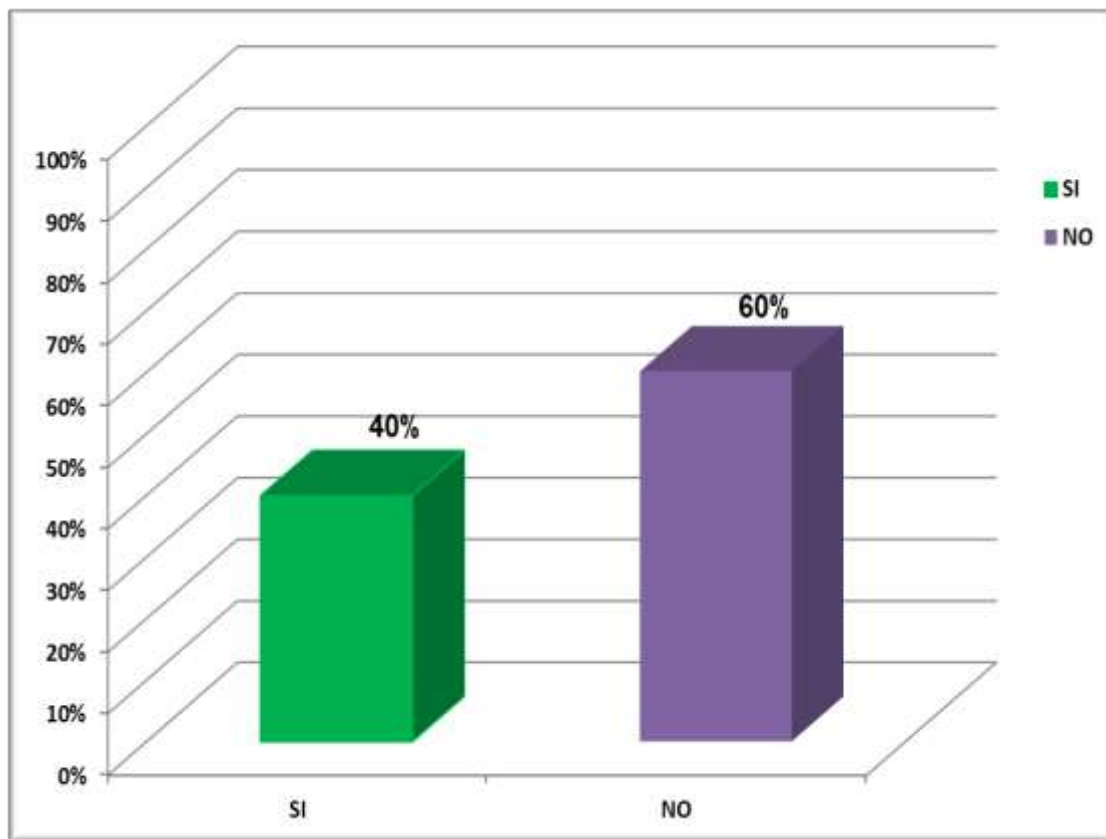
A continuación, se tiene los porcentajes del cuestionario aplicado donde un 44% equivalente a 161 seguidores respondieron que si tiene un impacto positivo en la sociedad iqueña el medio digital Pasión por el Deporte; luego un gran porcentaje 56% correspondiente a 205 seguidores opinaron que no tiene un impacto positivo en la sociedad iqueña el medio digital Pasión por el Deporte.

3.- ¿Cómo considera usted que son los medios alternativos comunitarios?

Tabla 5

Respuestas	Frecuencia	%
SI	146	40 %
NO	220	60 %
Total	366	100 %

Gráfico 3



Fuente:Cuestionario

Interpretación

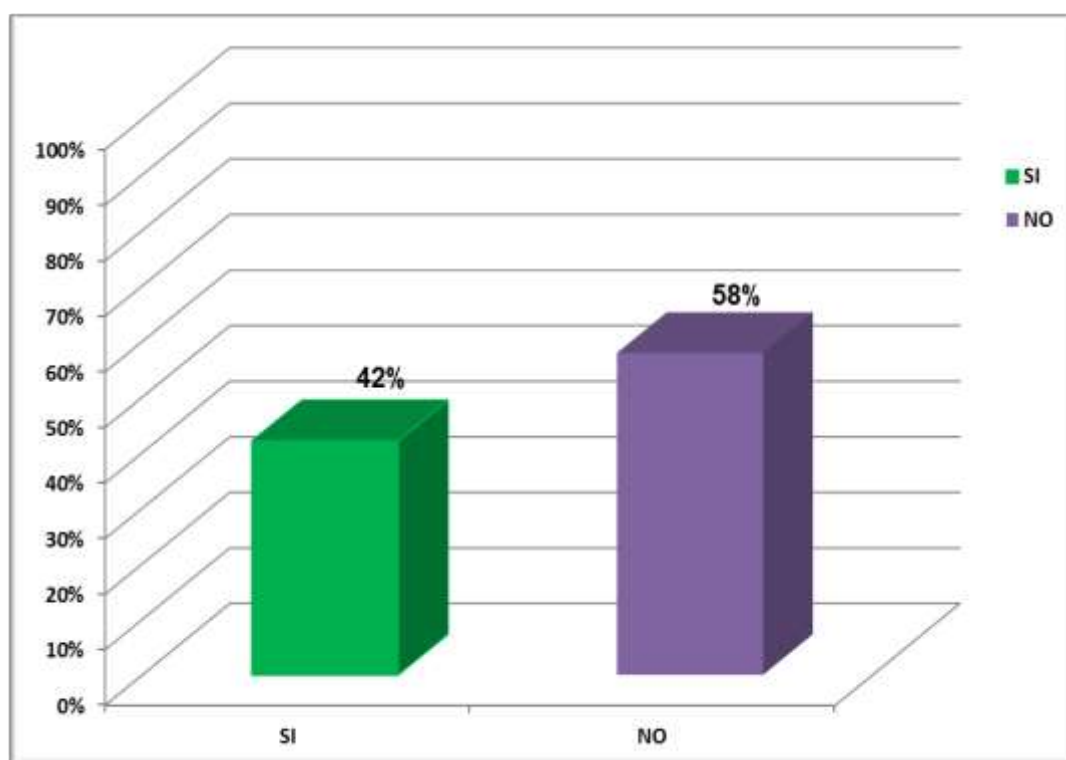
Luego de aplicar el instrumento de investigación, un 40% equivalente a 146 seguidores marcaron que si creen que el medio digital Pasión por el Deporte provee a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad; luego un gran porcentaje 60% equivalente a 220 seguidores opinaron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte provee a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad.

4.- ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia?

Tabla 6

Respuestas	Frecuencia	%
SI	154	42 %
NO	212	58 %
Total	366	100 %

Gráfico 4



Fuente:Cuestionario

Interpretación

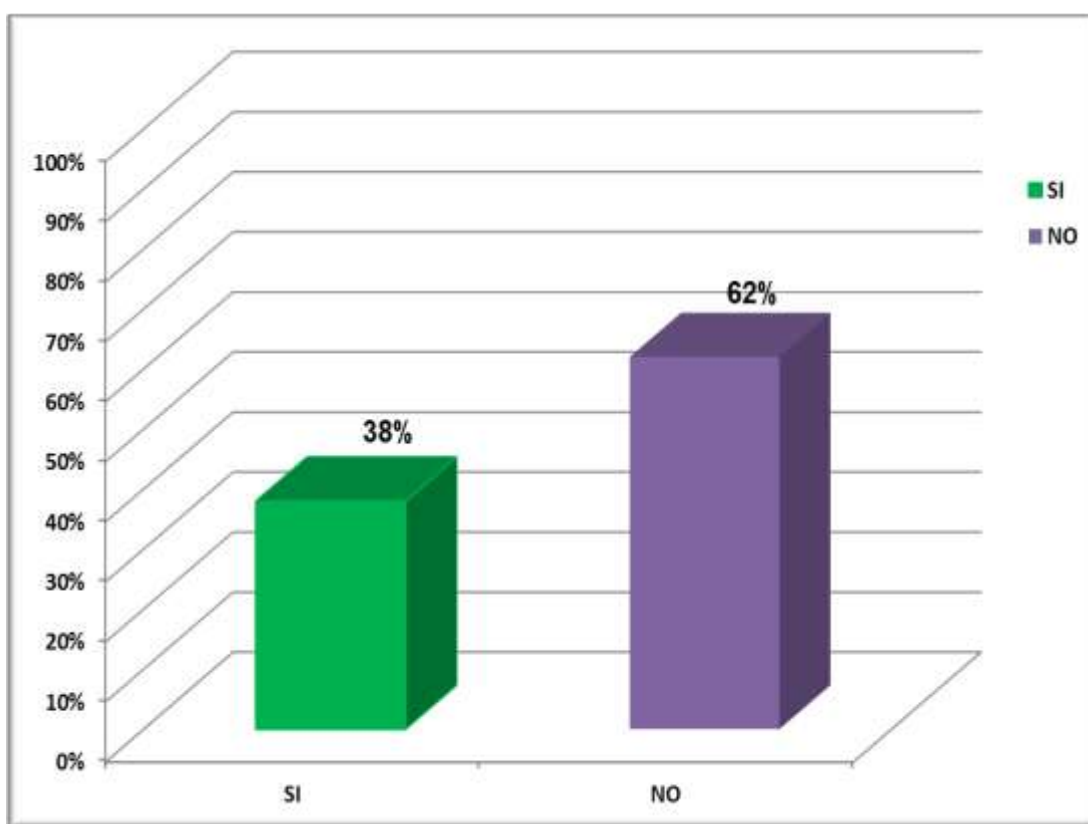
Luego de aplicar la encuesta a los 366 seguidores integrantes de la muestra, un 42% equivalente a 154 seguidores respondieron que si creen que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia; también un gran porcentaje 58% correspondiente a 212 seguidores respondieron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia.

5.- ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia?

Tabla 7

Respuestas	Frecuencia	%
SI	139	38 %
NO	227	62 %
Total	366	100 %

Gráfico 5



Fuente:Cuestionario

Interpretación

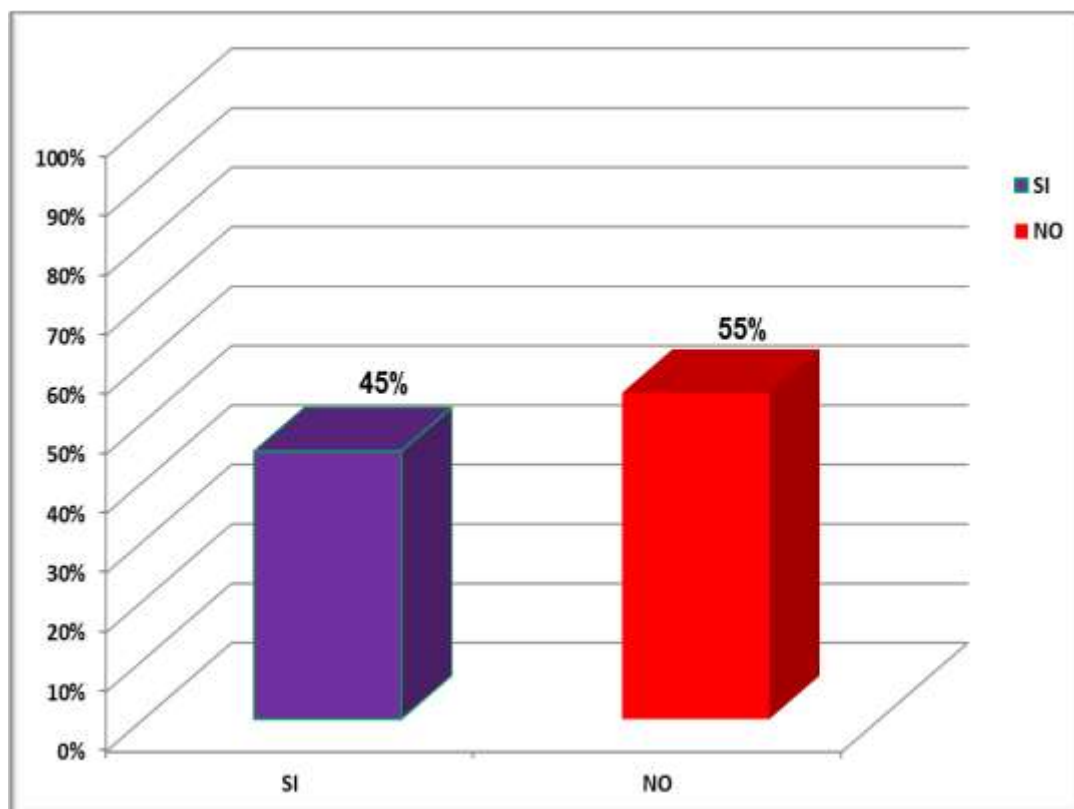
Se ha encontrado un panorama interesante donde un 38% equivalente a 139 seguidores respondieron que si creen que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia; también un gran porcentaje 62% correspondiente a 227 seguidores han opinado no creer que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia.

6.- ¿Percibes que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?

Tabla 8

Respuestas	Frecuencia	%
SI	165	55 %
NO	201	45 %
Total	366	100 %

Gráfico 6



Fuente:Cuestionario

Interpretación

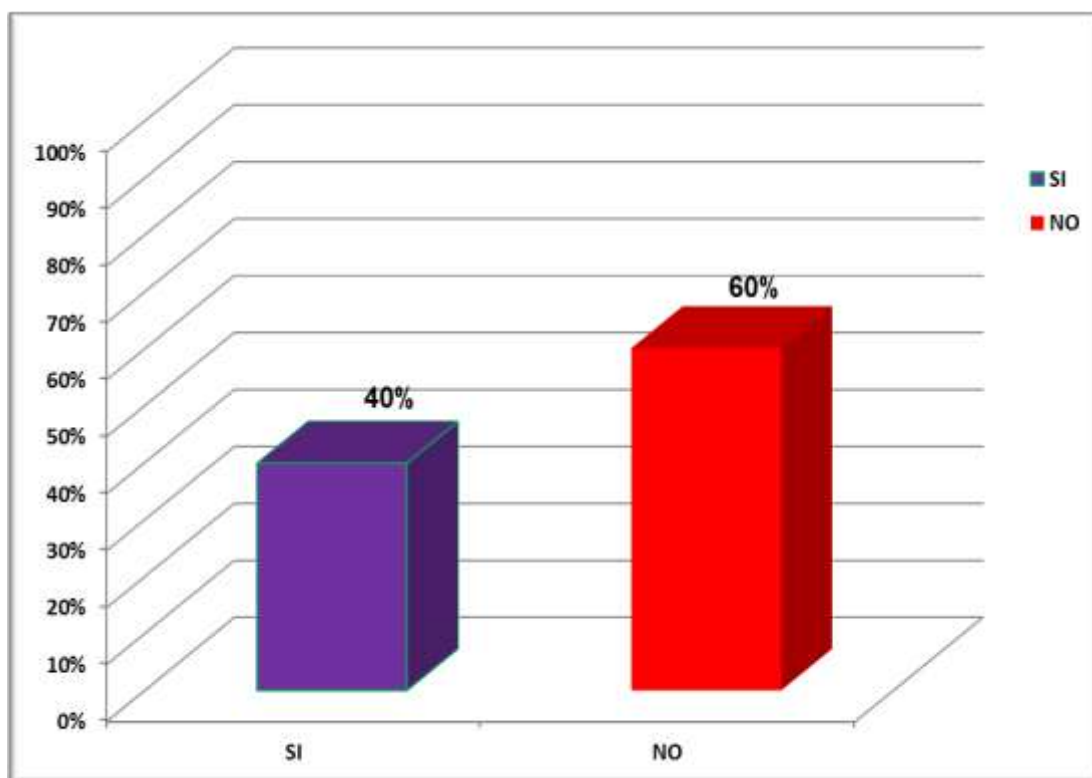
Se presentan los porcentajes de los 366 seguidores encuestados donde un 45% equivalente a 165 usuarios opinaron que si perciben que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica, luego una mayoría de 55% correspondiente a 201 seguidores opinaron que no perciben que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica.

7.- ¿Percibes que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?

Tabla 9

Respuestas	Frecuencia	%
SI	146	40 %
NO	220	60 %
Total	366	100 %

Gráfico 7



Fuente:Cuestionario

Interpretación

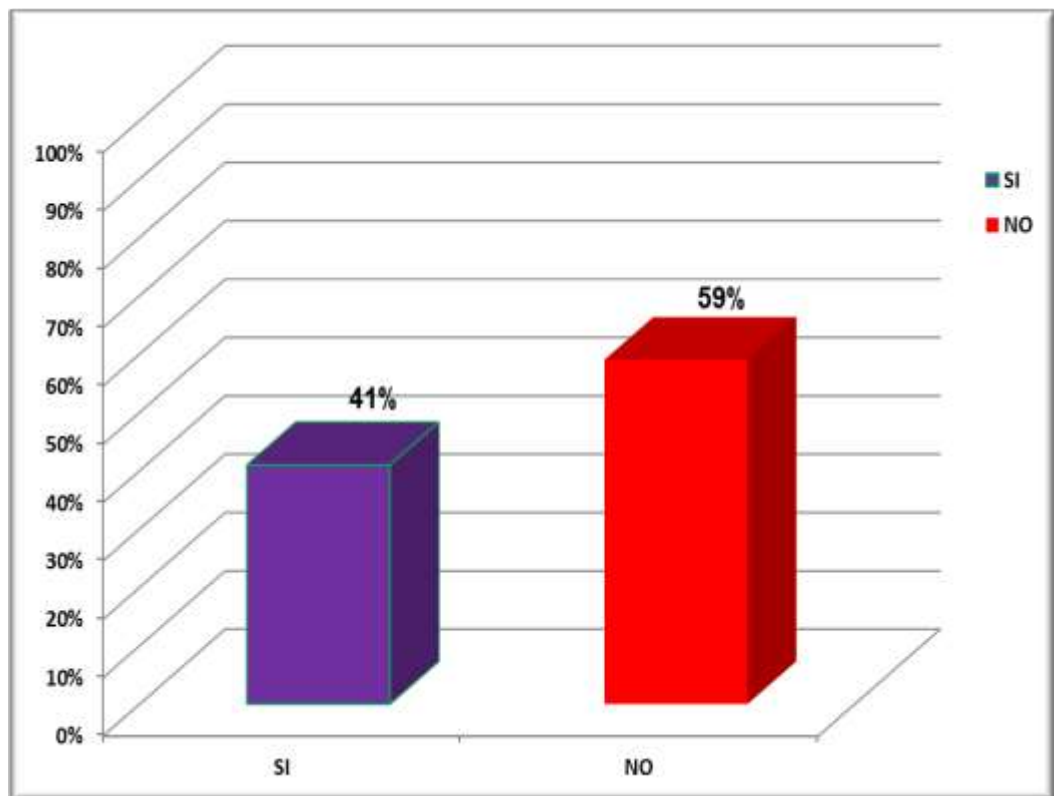
Luego de aplicar la encuesta, hay un 40% equivalente a 146 seguidores quienes opinaron que si creen que hay influencia del periodismo deportivo en el Distrito de Ica; luego un 60% equivalente a 220 seguidores opinaron que no creen que hay influencia del periodismo deportivo en el Distrito de Ica.

8.- ¿Crees que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad?

Tabla 10

Respuestas	Frecuencia	%
SI	150	41 %
NO	216	59 %
Total	366	100 %

Gráfico 8



Fuente:Cuestionario

Interpretación

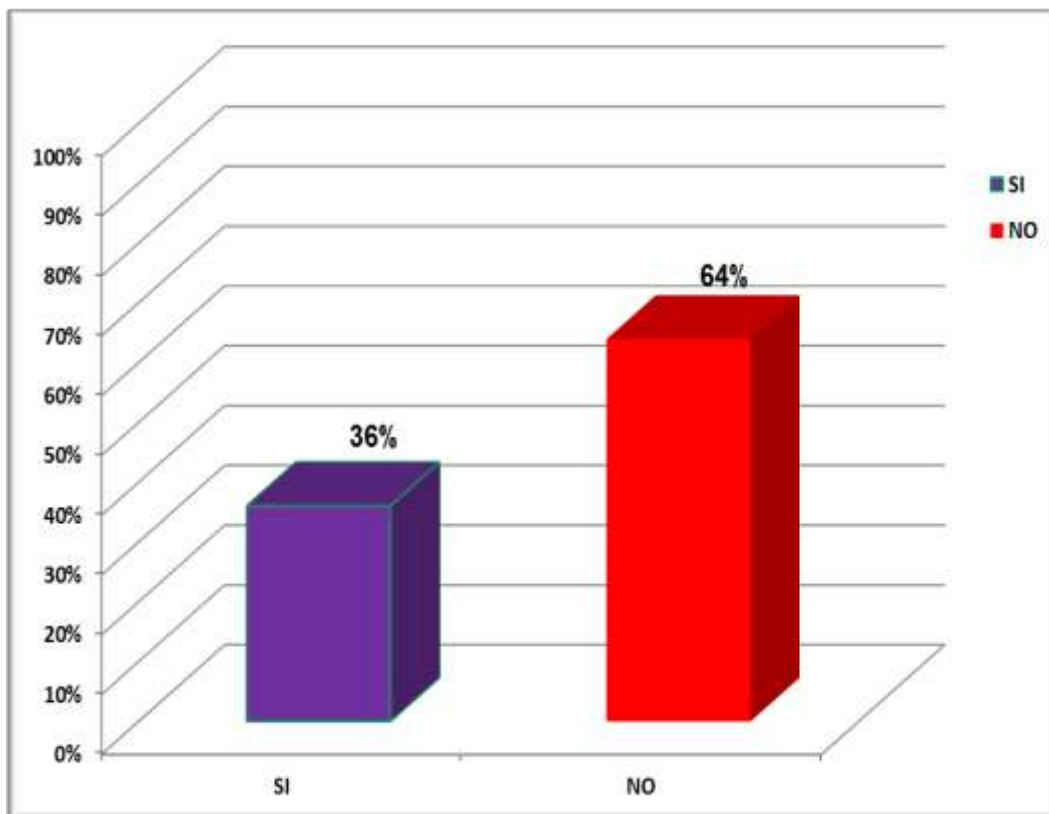
Del total de la muestra, un 41% equivalente a 150 seguidores opinaron que si creen que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad; luego un mayor porcentaje de 59% correspondiente a 216 seguidores opinaron que no creen que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad

9.- ¿Crees que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica?

Tabla 11

Respuestas	Frecuencia	%
SI	132	36 %
NO	234	64 %
Total	366	100 %

Gráfico 9



Fuente:Cuestionario

Interpretación

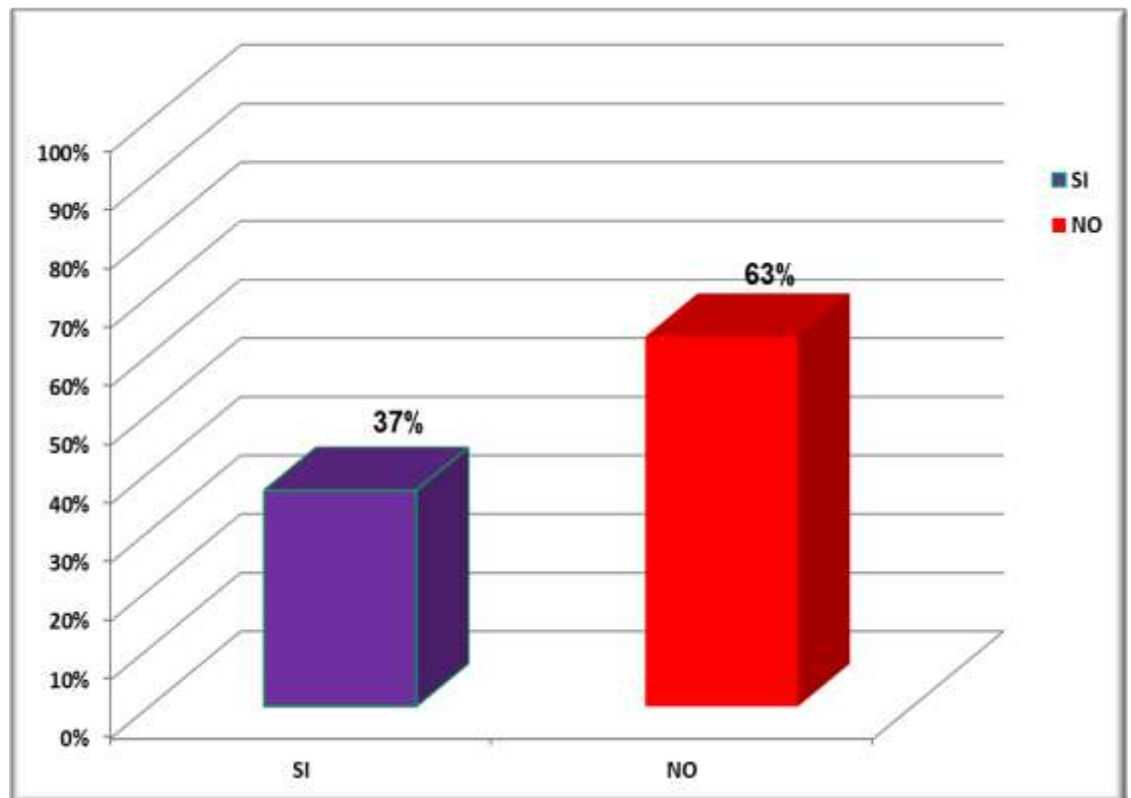
A continuación se presenta la siguiente descripción, donde un 36% equivalente a 132 seguidores opinaron si creer que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica; también un 64% correspondiente a 234 seguidores opinaron no creer que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica.

10.- ¿Crees que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte?

Tabla 12

Respuestas	Frecuencia	%
SI	135	37 %
NO	231	63 %
Total	366	100 %

Gráfico 10



Fuente: Cuestionario

Interpretación

Las respuestas de los 366 usuarios presentan a un 37% equivalente a 135 seguidores quienes opinaron si creer que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte; luego un 63% correspondiente a 231 seguidores opinaron no creer que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Dentro del panorama obtenido de las encuestas dirigidas a los seguidores del medio digital Pasión por el Deporte, se ha corroborado con los indicadores de la variable Medio Digital Pasión por el Deporte que se tiene un 58% equivalente a 212 usuarios que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte tiene importancia en el Distrito de Ica.

Además, un 56% correspondiente a 205 seguidores opinaron que no tiene un impacto positivo en la sociedad iqueña el medio digital Pasión por el Deporte, el 60% equivalente a 220 usuarios opinaron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte provee a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad.

Luego un 58% correspondiente a 212 seguidores respondieron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia y un 62% correspondiente a 227 usuarios han opinado no creer que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia.

También, teniendo en cuenta los indicadores de la variable Periodismo Deportivo se tiene un 55% correspondiente a 201 seguidores opinaron que no perciben que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica, un 60% equivalente a 220 seguidores opinaron que no creen que hay influencia del periodismo deportivo en el Distrito de Ica, 59% correspondiente a 216 usuarios opinaron que no creen que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad.

Cabe indicar que, un 64% correspondiente a 234 seguidores opinaron no creer que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica y un 63% correspondiente a 231 usuarios opinaron no creer que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte.

De lo hallado anteriormente tomando como referente el método inductivo se evidencia que los indicadores, según la bases teóricas, son partes integrantes de las variables en estudio, siendo así se realiza un enfoque inferencial de que si el medio digital Pasión por el Deporte no implementa adecuadamente la comunicación online o en tiempo real entonces el periodismo deportivo no supera las limitaciones informativas deportivas en el Distrito de Ica.

Estos resultados del presente trabajo de investigación se apoyan en lo mencionado por De Vita R. (2018) quien señaló que Facebook a variado las estructuras de la comunicación digital, ya que provoca el reiniciar el vínculo con las fuentes. Esto significa que el periodismo deportivo ya está contando con sus propias plataformas digitales y al parecer necesita de profesionales para tratar dichos medios digitales.

Por otra parte, los resultados son apoyados por Vegas y Tulloch (2016) quienes manifestaron que las empresas digitales se convierten en recursos que contribuyen a la innovación tecnológica. Se extrae una clasificación de la descripción que las plataformas digitales presentan en materia de deportes con fuentes informativas, sitios multimedia y estrategias mercantiles.

CONCLUSIONES

La presente investigación concluye que:

1. El medio digital Pasión por el Deporte no influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica. Tal es así que un 56% correspondiente a 205 seguidores opinaron que no tiene un impacto positivo en la sociedad iqueña el medio digital Pasión por el Deporte, el 60% equivalente a 220 usuarios opinaron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte provee a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad. Por lo que se concluyó que el medio digital iqueño Pasión Por El Deporte, tiene que mejorar el estilo periodístico que emplea al informar en sus redes sociales, y afianzar la retroalimentación con su audiencia, para generar vínculos de confianza entre el medio y los usuarios.
2. El contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte no influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica, dicha conclusión se reafirma mediante el cuestionario empleado para evaluar como la difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte se relaciona significativamente con los seguidores en el Distrito de Ica, se detectó que un 58% equivalente a 212 seguidores, no creen que el medio digital Pasión por el Deporte tiene importancia en el Distrito de Ica. Igualmente, un 64% correspondiente a 234 encuestados opinaron no creer que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica y un 63% correspondiente a 231 usuarios opinaron no creer que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte.
3. La interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte no influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica, esto se puede aseverar porque un 58% correspondiente a 212 seguidores respondieron que no creen que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia y un 62% correspondiente a 227 seguidores han opinado no creer que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia. Por otra parte, se identificó de que manera se relaciona la interactividad del periodismo deportivo en los seguidores del medio digital Pasión por el Deporte en el Distrito de Ica, y lo que se detectó fue que el 55% correspondiente a 201 usuarios opinaron que no perciben que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica, un 60% equivalente a 220 usuarios opinaron que no creen que hay influencia del periodismo deportivo en el Distrito de Ica, 59% correspondiente a 216 usuarios opinaron que no creen que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad.

RECOMENDACIONES

1. El medio digital Pasión por el Deporte para que logre un impacto positivo en la sociedad iqueña debe difundir más las actividades deportivas locales y gestiones de las autoridades locales sobre cómo van solucionando el aspecto deportivo de la localidad.
2. El medio digital Pasión por el Deporte debe proveer cotidianamente y en forma activa a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad y con personajes entendidos en la materia deportiva.
3. El periodismo deportivo, en particular de Ica, tiene que ser un medio para canalizar las problemáticas que tiene este sector y difundirlo, de esta manera lograr con ayuda de las autoridades nacionales y locales, en lo posible, para dar soluciones, y que, en el caso de la región de Ica, se empiece a sobresalir en el deporte en general.
4. El periodismo deportivo debe ser cada vez más especializado, se requiere de profesionales deportivos, que busquen investigar el sector deportivo y entrevisten a los personajes locales, que tienen que ver con el deporte en general como es fútbol, básquet, natación, atletismo, gimnasia, etc., en sus informes especializados deberán brindar las alternativas de solución.

Referencias bibliográficas

- AGUIRRE S. J. F. (2014) “El potencial de los medios digitales ante la participación ciudadana tradicional y en el presupuesto participativo”. México: Universidad de Monterrey.
Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2014000200009
- DE VITA R. (2018) “El Periodismo Deportivo en la Era Digital: Caso del Sitio Oficial de la Copa Argentina”. Argentina. Universidad Abierta Interamericana.
- DÁVILA C. (2018) “Dimensión Deportiva – Ica”. Ica. Recuperado de <https://www.facebook.com/DimensionDeportiva>
- FERNÁNDEZ y NUÑEZ (2015) “La comunicación en medio digitales”. Argentina: Universidad de Palermo.
- FLORES O.A. (2017) “Medios Digitales”. Honduras: La Tribuna.hn. Recuperado de <https://www.latribuna.hn/2017/09/16/medios-digitales/>
- HUAMÁN P. R. (2020). “Experiencias, funciones y desafíos en el rol profesional de mujeres del periodismo deportivo en la ciudad de Lima”, 2020. Tesis para optar el Título de Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Peruana Unión. Perú.
- JURIBE J. (2019) “Pasión por el Deporte Ica. Ica-Perú: Medio Digital” p1 Recuperado de <https://www.facebook.com/people/Pasi%C3%B2n-por-el-Deporte-Ica/100063639548807/>
- LOZANO P. (2017) “Periodismo Deportivo en la Red”. España: Universidad de Sevilla.
- MOLINA J. (2019) “Periodismo Deportivo 3.0”. México: ONG Razón y Palabra. pgs.5-6
Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/PERIODISMO%20DEPORTIVO%2030.pdf>
- NOVOA F.Z. (2016) “El Periodismo Deportivo: Una Tendencia Novedosa”. Perú: Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de <https://yocomunicadorupao.edu.pe/el-periodismo-deportivo-una-tendencia-novedosa/>

PAREDES J. R. (2017) “Importancia de los Medios Digitales para aumentar la notoriedad de una Empresa Retail en la ciudad de Machala: Caso Etafashion”. Tesis para obtener Título de Ingeniería en Marketing de la Universidad Técnica de Machala. Ecuador.

PASIÓN POR EL DEPORTE DE ICA (2018) “Pasión por el Deporte Ica. Deportes.” Ica-Perú. Recuperado de <https://www.facebook.com/Pasi%C3%B3n-por-el-Deporte-Ica-2094804934109093>

SUAREZ J. (2018) “Periodismo deportivo y su influencia parcializada en el comportamiento social de los habitantes en la comunidad Santa Rosa del cantón Vinces”. Tesis para obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador. p.15. Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5568/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000074.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

TORRIJOS R. (2014) “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro”. España: Universidad de Sevilla

VEGAS y TULLOCH Ch. (2016). Periodismo Deportivo de largo formato en la Era Digital. España: Universitat Pompeu Fabra.

VILLACORTA, W. R. (2018). “Tratamiento noticioso de la participación del Perú en el mundial de Rusia 2018 en el medio deportivo digital Depor.com.” Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú.

VARELA J. (2017) “Análisis del Periodismo Deportivo Digital en la Red Social Twitter; el uso estratégico de los profesionales de la Comunicación Deportiva en el tratamiento, la manipulación y difusión de contenidos de la Información Deportiva al Público 2017”. Tesis para obtener el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Ecuador. p.20 Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18590/1/JAVIER%20OSWALDO%20MOSQUERA%20VARELA.pdf>

1.1. Anexos

1.1.1. Instrumentos de recolección de información

CUESTIONARIO

Sr (a) usuario (a) este cuestionario es para recoger datos sobre la investigación titulada: “MEDIO DIGITAL PASIÓN POR EL DEPORTE INFLUYE EN EL PERIODISMO DEPORTIVO EN EL DISTRITO DE ICA”. Marcar con sinceridad y siendo las respuestas anónimas.

Medio Digital Pasión por el Deporte

- 1.- ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte difunde contenido multimedia a través de sus redes sociales?
a) Si b) No
2. ¿Para usted el medio digital Pasión por el Deporte interactúa con sus usuarios a través de sus plataformas digitales?
a) Si b) No
- 3.- ¿Cree usted que el medio digital Pasión por el Deporte provee a los ciudadanos de comunicación deportiva de calidad?
a) Si b) No
4. ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte local con frecuencia?
a) Si b) No
5. ¿Crees que el medio digital Pasión por el Deporte emite noticias en tiempo real del deporte nacional con frecuencia ?
a) Si b) No

Periodismo Deportivo

6. ¿ Percibes que es importante el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?
a) Si b) No
7. ¿Crees que hay interacción dentro de los medios enfocados en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?
a) Si b) No
8. ¿Crees que haya un periodismo deportivo con mayor repercusión social en la actualidad?
a) Si b) No
9. ¿Crees que existe un periodismo deportivo con especialización en el Distrito de Ica?
a) Si b) No
10. ¿Crees que el periodismo deportivo más consultado es el medio digital Pasión por el Deporte?
a) Si b) No

Gracias a ti

1.1.2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Cómo el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo la difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?</p> <p>¿Cómo la interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica?</p>	<p>Objetivo General Identificar como el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar como la difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p> <p>Identificar cómo la interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p>	<p>Hipótesis General El medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>La difusión de contenido multimedia del medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p> <p>La interactividad de los seguidores con el medio digital Pasión por el Deporte influye directamente en el periodismo deportivo en el Distrito de Ica</p>	<p>Variable Independiente: Medio Digital Pasión por el Deporte</p> <p>Indicadores: Calificación de los usuarios sobre el medio digital Interacciones Información deportiva</p> <p>Variable Dependiente: Periodismo Deportivo</p> <p>Indicadores Relevancia del periodismo deportivo Influencia del periodismo deportivo Repercusión social</p>	<p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel de investigación Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación Correlacional</p> <p>Población y muestra: La población fue de 7,738 seguidores del Medio Digital Pasión por el Deporte. La muestra fue 366 usuarios en estudio</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos Técnica: La encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Técnicas de análisis de datos Se realizó la clasificación de los datos obtenidos en el trabajo de campo con la orientación de las preguntas, objetivos e hipótesis planteados para el estudio. Se realizó la tabulación de los datos generados de las respuestas del cuestionario aplicado y se realizó la organización de la información en frecuencias absolutas y cantidades porcentuales como corresponde. - Se pasó a describir los datos que se presentan en tablas y gráficos para mejor entendimiento de la investigación.</p>

