

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**PROGRAMA MULTIPLATAFORMA PARA LA DIFUSIÓN DE LAS
NOTICIAS PERIODÍSTICAS DEPORTIVAS EN CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

GERSON JAIR ARCE CUEVA

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2022

**PROGRAMA MULTIPLATAFORMA PARA LA DIFUSIÓN DE
LAS NOTICIAS PERIODÍSTICAS DEPORTIVAS EN
CHICLAYO**

PRESENTADA POR:

GERSON JAIR ARCE CUEVA

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Teodocia Zavala Palacios

PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez

SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

VOCAL

Dedicatoria

A mi abuelo, Juan Cueva Tapia, por inculcar en mí la pasión por los deportes.
A mis padres, Luis Arce y Rosa Cueva, por guiarme y creer en mí.

Agradecimientos

A mi familia por brindarme todo su apoyo.
A mi asesora, Cecilia Vidaurre Nieto, por encaminarme en el desarrollo de esta investigación.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de literatura.....	8
Materiales y métodos	14
Resultados	17
Discusión	20
Conclusiones	22
Recomendaciones	23
Referencias	29
Anexos	32

Resumen

La presente investigación titulada "Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo", se realizó con el fin de difundir todos los deportes que se practican en la ciudad y, a su vez, fomentar su práctica. La investigación tuvo como objetivos específicos: Identificar la actualidad de la práctica deportiva en Chiclayo, plantear la estructura del programa multiplataforma y determinar los contenidos del mismo. Además, esta investigación fue cualitativa, con enfoque hermenéutico, la cual tuvo como instrumentos la guía de entrevistas semiestructuradas aplicadas a periodistas deportivos multiplataforma y gestores deportivos de Chiclayo. Se llegó a la conclusión que en la ciudad se practica una variedad de deportes en competencias amistosas, amateurs y federativas. Asimismo, que la estructura de un programa multiplataforma se debe desarrollar de manera individual teniendo en cuenta el horario, segmentos, lenguaje y los objetivos del programa y que los contenidos deben ser la noticia, los compactos deportivos, la entrevista, la crónica y el reportaje.

Palabras claves: Periodismo multiplataforma, periodismo deportivo, plataformas

Abstract

The present investigation entitled "Multiplatform program for the dissemination of sports journalistic news in Chiclayo", was carried out in order to disseminate all the sports practiced in the city and, in turn, promote their practice. The research had specific objectives: Identify the current situation of sports in Chiclayo, propose the structure of the multiplatform program and determine its contents. In addition, this research was qualitative, with a hermeneutical approach, which had as its instruments the semi-structured interview guide applied to multiplatform sports journalists and sports managers from Chiclayo. It was concluded that a variety of sports are practiced in the city in friendly, amateur and federative competitions. Likewise, that the structure of a multiplatform program must be developed individually taking into account the schedule, segments, language and the objectives of the program and that the contents must be the news, the sports compact, the interview, the chronicle and the report.

Keywords: Multiplatform journalism, sports journalism, platforms

Introducción

En la actualidad, los deportes son socialmente relevantes para los medios informativos y es casi imposible que no se realice una cobertura de campeonatos con trascendencia. Por eso, los medios de comunicación han convertido al deporte en una pieza fundamental para atraer audiencia. Fuster (2017) afirma que el crecimiento de la actividad deportiva ha ocasionado un tratamiento especial por parte de los medios, los cuales se especializaron para dar una mejor información al público.

Por su parte, la constante innovación tecnológica ha permitido el desarrollo de nuevos formatos periodísticos. Los blogs, podcast o canales en YouTube son algunas de las nuevas alternativas, que están utilizando los medios de comunicación para llegar a sus audiencias (Bustamante y Coronel, 2021).

Según, Salaverría y García Avilés (como se cita en Purisaca, 2020) la convergencia de medios ha tomado un protagonismo importante en los últimos años y ha permitido interrelacionar los diferentes soportes, lenguajes, mensajes y modos de consumo, así como la comercialización de sus servicios y contenidos.

Por ello, los medios de comunicación tienden a la multiplataforma. Ahora, la plataforma inicial es solo una de las formas de llegar a la audiencia. Los diarios, radios o canales de televisión se complementan con sus versiones digitales. Un claro ejemplo de periodismo deportivo multiplataforma es el canal estadounidense ESPN, pues cubre los eventos deportivos más importantes no solo a través de la televisión, sino que también lo hace por su web, en la cual constantemente generan contenido como redacciones, diseños gráficos, fotografías y videos; y su radio, donde dan cobertura a deportes como el fútbol, el fútbol americano, el béisbol y el boxeo.

En el Perú, los medios deportivos, en su mayoría, tienen una política en su programación y sus contenidos no son como en otros países, pues se caracterizan por tener una prensa deportiva netamente futbolística, centralizando de esta manera las noticias. Según Salinas (como se cita en Cavassa, 2018), las temáticas de los diarios deportivos peruanos están enfocada en la selección peruana de fútbol y en los dos equipos de fútbol más grandes del país: Alianza Lima y Universitario de Deportes.

También, el portal Ovación Corporación Deportiva del Perú emite, principalmente, información sobre el fútbol nacional a través de una emisora de radio, que es televisada por su plataforma digital (*Facebook*), y en una web donde realiza redacciones de las principales noticias del deporte. El fútbol es el deporte de mayor cobertura para este medio y el resto de disciplinas deportivas no reciben la cobertura deseada.

Por otro lado, *Libero Norte*, programa transmitido a través de Facebook, difunde información solo de los equipos de fútbol del norte del país, dejando de lado otros deportes practicados en Chiclayo como el rugby, hockey sobre césped, atletismo, entre otros. Asimismo, esta información la repite en su edición impresa y digital. Esto lleva a formular la siguiente interrogante: ¿Qué tipo de programa multiplataforma difundirá las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo?

Esta investigación es importante para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo porque desarrollará ramas de la carrera: el periodismo deportivo y multiplataforma, y aportará nuevos conocimientos a estas especialidades. Además, generará gran interés para las personas e instituciones chiclayanas comprometidas con el deporte.

Por otro lado, tiene una relevancia social porque ayudará a difundir los deportes que se practican en Chiclayo, a tal punto que no se saturan solo con fútbol los contenidos del programa. Además, hará que la atención del público se centre en estas últimas actividades, y por ende las personas conocerán más sobre ellas y se animarán a practicarlas.

La línea de investigación es de ‘Innovación en comunicación y desarrollo humano’, pues con el programa deportivo multiplataforma se buscará fomentar la práctica deportiva y, por ende, contribuir al desarrollo humano y social en Chiclayo.

El aporte más importante de esta investigación será establecer la estructura de un programa deportivo multiplataforma, en el cual se brindará una extensa cobertura de los deportes y campeonatos que se realizan en la ciudad. Asimismo, esta estructura será de utilidad para los profesionales del periodismo para que puedan realizar producciones en distintas plataformas.

Para concluir, la presente investigación tiene como objetivo general proponer un programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo; y como objetivos específicos: Identificar la actualidad de la práctica deportiva en Chiclayo; plantear la estructura del programa multiplataforma que transmita información de los deportes en Chiclayo y determinar los contenidos del programa multiplataforma.

Revisión de literatura

Lara (2020) en su tesis “Periodismo deportivo nuevas tendencias y formatos de la transmisión streaming” tuvo como objetivo general definir las nuevas tendencias en formatos de transmisión streaming ante el auge de plataformas FreeLancer de contenidos deportivos en la ciudad de Guayaquil. Asimismo, la investigación tuvo como objetivos específicos: analizar los medios que cuenten con un mayor alcance ante la transmisión de contenidos periodísticos deportivos, especificar las características principales que se destacan en los medios multiplataforma y establecer una caracterización de que elementos o normativas debe cumplir una propuesta de trabajo web acerca del periodismo deportivo. El enfoque de la investigación fue de carácter mixto (cuantitativo – cualitativo) y la técnica que se utilizó para recolectar la información relevante de la investigación fue la encuesta. El autor concluyó que las radios online y los podcast son los formatos más consumidos y los que tiene mejor alcance. Además, que las principales características que destacan en los medios multiplataforma son la posibilidad de manejar un debate más abierto y una libertad de contenidos que está dirigida a captar y no solo a mantener o agrandar como en los formatos tradicionales, que ante la falta de rating o público se termina las transmisiones.

León (2020) en su tesis “Producción de un programa deportivo para la radio universitaria Híper Radio” tuvo como objetivo principal diseñar un modelo de programación deportiva para radios universitarias. Asimismo, los objetivos específicos fueron: reconocer antecedentes de radios universitarias con el fin de analizar sus contenidos y promover la práctica del periodismo deportivo y la producción de productos radiales deportivos. La metodología de esta investigación fue cualitativa y se emplearon cuatro entrevistas estructuradas a profesionales para percibir, desde su experiencia, cómo se desarrollan este tipo de programas; y encuestas para identificar las expectativas de su público objetivo. El autor concluyó que este programa es de utilidad para la comunidad universitaria, pues divulga conocimientos y educa acerca de la psicología del deportista y la alimentación que deben tener los mismos. Además, porque informan sobre el acontecer deportivo de la universidad y del medio local.

Steven (2019) en su tesis “Programa de Televisión Web: «Fuera de Zona» para promover los deportes poco convencionales practicados en la ciudad de Guayaquil” tuvo como objetivos: Difundir deportes no convencionales, incentivar la práctica de los mismos y dar espacios en su programación para que estas disciplinas sean más reconocidas. El instrumento que se utilizó en este trabajo de investigación consistió en la aplicación de encuestas a su target. Las conclusiones de este trabajo indicaron que a la

audiencia le interesaría que existiera en Ecuador más programas de televisión que difundan sobre deportes variados y que incentive a la práctica de los mismos.

Periodismo Multiplataforma

En la actualidad, los medios de comunicación, como creadores de contenido, se han adaptado a las distintas plataformas existentes para la distribución de su contenido. La audiencia puede acceder a las noticias a través de las plataformas sociales antes de buscar específicamente la página del medio (Guallar como se cita en De la Torre, 2020).

Una de las tendencias en la cultura de convergencia es el periodismo multiplataforma, el cual es definido por Alzamora (2017) como una rama que se refiere a la multiplicación de los canales de distribución y a encajar el lenguaje de los medios. En esta escena, los contenidos influyen en distintas plataformas con la colaboración entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio y participativo de las audiencias.

Por su parte, Salaverría (como se cita en Aramburú, 2018) señala que el periodismo multiplataforma se produce cuando una empresa de comunicación organiza las coberturas de sus diarios impresos, emisoras de radio y canales de televisión; por ende, lo define “como aquel que articula diversos medios de comunicación para las coberturas informativas” (p.21).

Asimismo, Rost y Bergero (2016) indican que esta forma de hacer de hacer periodismo tiene dos características muy marcadas: Contar una misma historia en distintas plataformas y adaptar el contenido y lenguaje a las mismas. Además, señalan que los medios de comunicación son creadores y promotores de una gran cantidad de contenidos y cuando hablamos de distintos medios y/o plataformas se refieren a todas las posibilidades con las que actualmente cuenta el periodismo para llevar un mensaje a la audiencia.

Tabla 1

Características de las principales plataformas digitales

Plataformas	Características
Facebook	Permite compartir contenidos. Realiza streaming via Facebook Live. Es versátil, pues ofrece integrar contenidos desde otras plataformas virtuales como YouTube, Twitter, Foursquare, entre otras. Ofrece múltiples herramientas (Facebook Insights, Creatos Studio, Facebook Ads) que pueden combinarse entre sí para generar y medir el contenido.
YouTube	Es el segundo buscador más grande después Google. Permite subir y compartir vídeos de manera gratuita. Ofrece un servicio de medición (YouTube Analytics), para que puedas analizar los datos de las visualizaciones de los videos y la información de los usuarios. La correcta elección del título y la descripción ayudará a posicionar los videos en el motor de búsqueda.
Spotify	Permite explorar podcasts y programas destacados. Acceso ilimitado a miles de canciones y podcast. Suscripción mensual.

Nota. Tabla elaborada a partir de información sustraída de la Fuente (2015)

Géneros Periodísticos

Según Álvarez (2017) “los géneros periodísticos son las formas por las que se puede dar a conocer la información. Se diferencian entre ellos por la manera o estilo en el cual se escriben o se presentan en los medios de comunicación” (p.26). Para Salvatierra (como se cita en Álvarez, 2017) los géneros periodísticos se clasifican en tres grandes grupos:

En primer lugar, encontramos al género informativo, al cual pertenecen la noticia y la entrevista. El autor define a la primera como un hecho novedoso de interés para los oyentes, televidentes, lectores, etc. Seguidamente, menciona que la entrevista es una conversación que se entabla con una persona, en este caso una fuente, para saber alguna información u opinión respecto a algún tema.

En segundo lugar, está el género de opinión. Salvatierra incluye en esta clasificación al editorial, la columna y el artículo. En el editorial, el autor señala que no lleva firma del autor y está enfocado un hecho que esté incluido dentro de las páginas de información. Por otro lado, indica que la columna representa la forma de pensar que tiene cierto profesional por algún tema en específico. Finalmente, el artículo explica un hecho o una idea y recoge todos los elementos de la columna, diferenciándose únicamente en que no lo identifica un nombre.

Finalmente está el género híbrido, en donde el autor manifiesta que se encuentra la crónica y el reportaje. El primero narra un hecho cronológicamente de manera profunda y el segundo recoge elementos de la parte informativa y de la crónica, aunque se diferencia de esta porque no los narra de una manera ordenada.

Contenidos Periodísticos

El crecimiento de Internet ha dado lugar a nuevos medios digitales, que han aprovechado el poderoso alcance de las nuevas plataformas para cubrir la información, satisfaciendo así las necesidades de la audiencia. En la actualidad todo medio periodístico debe ofrecerle a su público mayor información basada en la creatividad e innovación. Los contenidos audiovisuales han ido apareciendo de manera progresiva. Rojas (como se cita en Cavassa, 2018) señala que el video se está imponiendo como una parte importante de dar a conocer las noticias a través de las plataformas digitales.

A su vez, el mismo autor señala que no solo el video ha ganado repercusión en las plataformas digitales, sino que también se están empezando a utilizar los reportajes multimedia, los cuales están formados por la combinación de fotografías de alta resolución, videos, audios que transcriben y amplían la nota periodística, gráficos con animación e infografías estáticas.

Por otro lado, los contenidos sonoros siguen vigentes, pues según Ribes (como se cita en Pedrero, Barrios y Medina, 2019) explica que los productos comunicativos sonoros ya no son solo escuchados de forma preferente en radios, sino en equipos móviles y con pantalla: smartphones, smart watches, tabletas, etc.

Uno de los contenidos sonoros que es muy utilizado en los últimos años es el podcast, el cual es un programa de radio personalizable y descargable que se puede reproducir tanto en webs, como en plataformas como: iTunes, Spotify y SoundCloud. Cabe destacar que un solo tipo de contenido, según Alcoba (como se cita en Cavassa, 2018), ya no es suficiente para enganchar a los usuarios, televidentes u oyentes. Se necesita que el programa tenga variedad para que pueda ser del agrado de la audiencia.

Periodismo Deportivo

Una de las ramas del periodismo con más adeptos es, sin duda alguna, el deportivo. Millones de personas están pendientes, a través de distintas plataformas, a la información

de su equipo de fútbol favorito o de un campeonato trascendente como lo es los Juegos Olímpicos.

Según Boyle (como se cita en Ángulo y Moreno, 2016) tres factores influyen para que los deportes tengan la relevancia mediática en estos tiempos: la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales; la digitalización, pues son transmitidos y apropiados por la audiencia a través de las distintas plataformas existentes; y la mercantilización, ya que la industria deportiva involucra más medios e instituciones financieras.

Por ello, el rol de periodismo deportivo es fundamental, pues en forma de hacer periodismo se debe realizar un análisis profundo y preciso de las fuentes de información y seguir la rutina de los deportistas o equipos que se encuentran en una competición. Son muchísimas las disciplinas a las que el periodismo deportivo tiene que brindar una cobertura, por ello esta rama es distinta al resto (Cuevas, 2016).

Asimismo, según Rentería (2020) el periodismo deportivo se debe enfrentar al mundo del deporte con herramientas esenciales para analizar correctamente las nuevas rutinas en la producción de programas deportivos. Además, esta rama se ha constituido como un producto informativo de gran éxito social, pues ha adoptado gran relevancia en el mundo de los negocios, pues genera grandes ingresos alrededor de deportistas o competiciones importantes (Rojas, 2017).

Por otro lado, dentro del mundo del periodismo deportivo, la noticia tiene un rol trascendente y León (2016) la define como la representación estructural y formal de un hecho, que genera un interés colectivo y que es ampliamente difundida por los medios de comunicación. Asimismo, posee un potencial interés de atracción en la forma de ser emitida.

Por consiguiente, antes de brindar una noticia deportiva, los periodistas deben buscar responsablemente información y fuentes confiables, evidenciar los resultados obtenidos, verificar los hechos noticiosos y eliminar toda información inexacta, pues las redes sociales hoy en día tienden a informar acciones del deporte que no son realidad. Por ello, la labor de los profesionales de la comunicación suele ser más exigente al producir noticias con una base sólida (Rentería, 2020).

Así pues, la información que es presentada en un medio recibe un tratamiento periodístico, en el cual se selecciona las imágenes, se eligen las entrevistas, se redacta, se locuta, se edita y se prioriza lo meramente importante para transformarla en noticia (Peralta, 2020).

Características del periodista deportivo

En la actualidad, los profesionales del periodismo son los encargados de convertir al deporte en un producto de fácil acceso para el público. Asimismo, deben tener en claro que se están dirigiendo a un gran grupo de personas que son muy apasionadas al deporte, en su mayoría. Para los autores Nan y Villalobos (como se cita en González, 2016) los periodistas deportivos deben tener desarrolladas cuatro competencias:

Primero, deben desarrollar una competencia profesional, la cual se basa en el conjunto de conocimientos conseguidos a través de procesos formativos o experiencia laboral. Segundo, deben contar con una competencia técnica que se basa en las habilidades de orden instrumental; es decir, por ejemplo, la destreza para manejar equipos audiovisuales o la habilidad para manejar programas de edición o diseño gráfico.

Tercero, los autores afirman que debe existir una competencia participativa. Esto se refiere a los aportes o contribuciones que el profesional realiza para que el medio de comunicación logre los objetivos propuestos. Finalmente, la competencia de acción es la

más importante de todas, pues, según Nan y Villalobos, en ella el comunicador deportivo pone en práctica todos los conocimientos adquiridos través del resto de las competencias.

Lenguaje deportivo

El lenguaje empleado en el periodismo deportivo puede llegar a no ser comprendido en su totalidad por alguien que escucha un noticiero o una transmisión por primera vez. Para Alcoba (como se cita en Ángulo y Moreno, 2016) esta rama del periodismo se expresa mediante seis tipos de lenguaje: el bélico, semiológico, audiovisual y artístico.

Primero, en el lenguaje bélico el autor destaca que sirve para darle color al hecho deportivo, pues este hace referencia a una batalla entre dos ejércitos que se enfrentan. Segundo, en el lenguaje semiológico se destaca el valor de los signos para tener un sentido o un significado. En este tipo de lenguaje se apela al poder comunicativo que tienen los escudos, camisetas, banderas, canticos de los equipos, etc.

Tercero, tal vez el lenguaje más importante de todos: El audiovisual, en donde convergen las narraciones y los distintos ángulos de las imágenes. Finalmente, el lenguaje artístico está presente en el mundo del deporte: La incursión de intelectuales y literatos en la mesa de transmisión de un evento, la producción cinematográfica relacionados al mundo deportivo, el diseño arquitectónico de estadio y coliseos, etc.

Por otro lado, se debe destacar que el lenguaje varía de acuerdo al medio de comunicación en el que se transmita la información:

En televisión, Gimeno y Peralta (2016) señalan que “la información televisiva es portadora de significado gracias a la palabra, la imagen y el sonido” (p.19) Los autores, también, indican que el receptor solo puede comprender exactamente el mensaje si el contenido verbal está bien elaborado. La imagen, asociada al sonido, va directa a la emoción del telespectador y la palabra, que es transmisora de conocimiento e información, a la razón.

En radio, el lenguaje no posee imágenes para describir lo que sucede en un acontecimiento deportivo. Por ello, la forma en la que se expresan los periodistas es clave para atraer a la audiencia. Cabe destacar que, en radio, el periodista debe enviar los mensajes a su audiencia de una manera clara y entendible; a su vez, contar una buena dicción.

En internet se puede encontrar tanto contenido audiovisual como escrito. El lenguaje que se utiliza para contextualizar la información en las páginas webs deportivas es complejo en algunos casos; sin embargo, en las redes sociales es breve y claro, en su mayoría. A su vez, el material audiovisual, por lo general, cuenta con un tiempo de duración corto y utiliza un lenguaje entendible.

Fuentes de la información deportiva

Como toda rama del periodismo, el deportivo debe tener una gran gama de fuentes para producir sus noticias. Por ello, Alcoba (como se cita en Ángulo y Moreno, 2016) divide las fuentes a las que tiene acceso el periodista deportivo en dos niveles: En el primero se encuentran los deportistas, los clubes profesionales y las Federaciones, mientras que en el segundo están las empresas comerciales y publicitarias

Por su parte, Rojas (2017) señala que, en la actualidad, las redes sociales, como Twitter, están tomando el protagonismo como fuente para brindar avances de primicias informativas. Esta red de microblogging, en muchas ocasiones, se adelanta a la noticia que luego será ampliada en la televisión, la radio, páginas webs, etc.

Asimismo, Twitter se ha convertido en una herramienta primordial para los periodistas deportivos, pues en ella se pueden encontrar noticias y nuevas historias. Por ello, los periodistas deben tener una relación cercana con las fuentes de información para obtener

primicias por parte de ellos y, a su vez, estar actualizados con el acontecer deportivo en las distintas plataformas que están a su alcance (Rojas, 2017).

Programa Multiplataforma Deportivo

La relevancia que tiene el deporte para las estrategias en los medios de comunicación, no solo se circunscribe a la transmisión de los partidos. Por el contrario, según Espinoza (2019) el contenido periodístico deportivo está en toda la programación y se desarrolla tanto en programas especializado en deportes como en los mismos noticieros. Un presentador introduce las secciones y se realizan análisis de los últimos sucesos del mundo deportivo. Por lo general, se muestra una estructura de magazine y tiene una duración de una hora.

Uno de los cambios más trascendentes que ha traído la Sociedad de la Información es la aparición de internet como nuevo medio informativo, el cual ha transformado la manera de producir noticias (Barja, 2016). En un formato multiplataforma, el programa deberá ser transmitido por distintas plataformas. En estos, los lenguajes propios de cada una se mantendrán.

Rojas (2017) señala que existen dos características del periodismo en internet que destacan: la primera es que las noticias se pueden actualizar a cada instante y que existe inmediatez a la hora de publicarlas y la segunda es que la audiencia ahora es activa e interactúa con el contenido publicado. Por ello, es que las redes sociales, en la actualidad, han tomado un protagonismo notable en la actividad periodística y las competencias oficiales deportivas se pueden cubrir minuto a minuto gracias a la inmediatez que tiene internet. Los medios deportivos publican una breve información en sus redes sociales y las amplían en sus respectivas plataformas. Según Cuevas (2016) las principales funciones de las redes sociales en el ámbito deportivo son la divulgación de contenidos y la búsqueda de fuentes de información.

Posicionamiento SEO

El SEO permite posicionar el sitio en un nivel superior del buscador y tiene la función de incrementar el tráfico de visitas en un sitio web. Según Codina, Gonzalo, Pedraza y Rovira (2017) señalan que el periodismo en el mundo web necesita un buen SEO, pues la conexión de los contenidos con su público es de suma importancia. Cabe destacar que la mayor parte del tráfico de los medios de comunicación o cibermedios, llega a través de la página de resultados de los buscadores y de las redes sociales.

Una de las claves para tener un buen posicionamiento web son las palabras claves o mejor conocidas como *keywords*. Estas son utilizadas por los internautas para localizar contenido de las webs través de los buscadores. Por ello, se debe seleccionar las palabras adecuadas y ubicarlas correctamente en el contenido o de las páginas webs, pues los *keywords* pueden suponer un 50% del posicionamiento en la web (Rivas, 2020).

Teoría de las Cinco W's

Harold Laswell indicaba que era fundamental analizar el poder que tenían los medios sobre el público, pues planteaba que sus mensajes tenían repercusiones en la audiencia. El autor consideraba en su teoría las siguientes interrogantes: ¿quién dice?, ¿qué?, ¿en qué canal?, ¿a quién? y ¿con qué efecto (Lasswell como se cita en García, 2015).

Teoría de los Usos y Gratificaciones

En esta teoría, propuesta por Katz, Blumler y Gurevitch, se afirma que la audiencia tiene ciertas motivaciones que las dirigen a tomar decisiones. Asimismo, el público es activo, lleva la iniciativa y manda sobre el medio y no al revés. Además, los autores

afirman que los consumidores pueden tener juicios de valor los contenidos emitidos. (Katz, Blumler y Gurevitch como se cita en Hernández, 2018).

Teoría del Espiral del Silencio

La opinión pública es una pieza importante en esta teoría. Elisabeth Noelle-Neumann afirma que el público ajusta su comportamiento de acuerdo a las actitudes predominantes. Por ello, propuso tres puntos fundamentales en la teoría del silencio. Primero, afirma que la sociedad amenaza con la separación de un grupo a las personas que piensen distinto a ellos. Segundo, el miedo al asilamiento hace que los individuos guarden silencio o, simplemente, no opinen cuando sus juicios no coinciden con el de la opinión popular. Tercero, la valoración de la opinión de todo un grupo afecta al comportamiento de los individuos. (Noelle-Neumann como se cita en Hernández, 2018).

Las tres teorías son importantes para esta investigación, pues aportan distintos puntos de vista de diferentes autores. Primero, la teoría de las Cinco W's ayudará a comprender el proceso de la comunicación. Con ella se podrá analizar el rol del emisor y del receptor, los canales que se emplearan y el efecto que tendrá el mensaje en la audiencia. Segundo, la teoría de Usos y Gratificaciones busca satisfacer las necesidades del público, el cual tiene sus propios gustos y preferencias. Por ello, un programa periodístico, en la actualidad, debe transmitir distintos contenidos para conectar con la audiencia. Finalmente, la teoría del Espiral del Silencio es primordial, pues un programa periodístico debe ser ético, objetivo y veraz; y debe ser el encargado de transmitir la información y formar la opinión pública.

Materiales y métodos

La presente investigación fue de carácter cualitativo, porque buscó comprender una situación social, la cual responde a la falta de cobertura por parte de los medios de comunicación chiclayanos hacia el deporte local. Maturrano y Faustino (2020) indicaron que este tipo de investigación se encarga de la recopilación de datos en forma de palabras, textos o imágenes a través de entrevistas, observación, fotografía o revisión de documentos.

Asimismo, esta investigación tuvo un enfoque hermenéutico, pues se recogió e interpretó la información sobre el periodismo multiplataforma y las distintas disciplinas deportivas en Chiclayo. Según Dilthey (como se cita en Fuster, 2019) este tipo de enfoque busca revelar el significado de las cosas en la conciencia de una persona y explicarlas con palabras. La investigación terminó en una propuesta con la finalidad de promocionar y promover los deportes que se practican en la ciudad.

Esta investigación tuvo como escenario la ciudad de Chiclayo, la capital de la región Lambayeque. Es una ciudad del noroeste del Perú, y según INEI tiene una población de 1 197 260 habitantes aproximadamente. Cuenta con un estadio llamado Elías Aguirre, donde se disputó la Copa Mundial de Fútbol Sub-17 del 2005 y la Copa América del 2004. Actualmente, el campo principal de fútbol y la pista atlética no están en funcionamiento por temas extradeportivos.

Asimismo, Chiclayo cuenta con campos de rugby y hockey sobre césped, ubicados en el Colegio Nacional de San José, que fueron construidos por motivo de los Juegos Bolivarianos 2013. Además, hay un coliseo cerrado en donde se practica vóley y gimnasia. También, existen competencias oficiales de básquet y tenis en los campos deportivos del Jockey Club. Estos escenarios son fundamentales para la práctica deportiva en la ciudad.

Los criterios de inclusión para esta investigación fueron conocedores de la realidad del deporte chiclayano, gestores deportivos, y periodistas deportivos multiplataforma, quienes contaron su conocimiento desde su experiencia.

Tabla 2
Gestores deportivos chiclayanos

Sujeto participante	Profesional	Experiencia
Entrevistado 1	Fernando Rafael García López	Gestor deportivo y ex futbolista profesional. Cuenta con una Maestría en Administración de Negocios Deportivos y fue Gerente Deportivo del club Juan Aurich y Pirata FC.
Entrevistado 2	Ricardo Sáenz Ubillus	Gestor deportivo y especialista en patinaje abalado por la por la Confederación Panamericana de Patinaje. Actualmente, es entrenador de patinaje del Jockey Club y la Municipalidad de Lambayeque.
Entrevistado 3	Cristopher Brahian Diaz Herquino	Gestor deportivo y entrenador y presidente del Club de Ajedrez GM Esteban Canal.
Entrevistado 4	Cesar Max Saavedra Silva	Gestor deportivo y presidente del club Mochica Rugby.
Entrevistado 5	Aldo Javier Guevara Guevara	Gestor deportivo y Licenciado en Educación Física. Fue presidente del Club de Atletismo de Chiclayo.

Tabla 3
Periodistas deportivos multiplataforma

Sujeto participante	Profesional	Experiencia
Entrevistado 1	Estefania Guiliana Chau Suero	Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Fue videorepotera y redactora en Agencia de Noticias Andina, conductora en Willax Televisión (Goles en Acción), comentarista en Las Mundialistas (Latina Televisión) y conductora en Peru21TV (Grupo El Comercio).
Entrevistado 2	Hugo Daniel Barrios Orderique	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y actualmente, trabaja en el Grupo La Republica y es responsable de la edición norte de contenidos deportivos.
Entrevistado 3	Gianfranco Gonzales Finocetti	Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Cuenta con un Máster de Comunicación y Periodismo Digital en España. Trabajó como reportero multiplataforma en RPP y en el área web de deportes de América. Actualmente, labora en el área de prensa de la Federación Peruana de Fútbol.
Entrevistado 4	Arístides Díaz Arreondo	Máster en comunicación y periodismo multimedia. Actualmente, es coordinador y docente de la facultad de Comunicación en la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL).
Entrevistado 5	Arturo Reyes Barboza	Licenciado en Comunicación, fue editor general de Depor y sub editor de la sección nacional del mismo. Actualmente, trabaja en el área de prensa para el Proyecto Especial Legado Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
Entrevistado 6	Emiliano Martín Lentini	Periodista y relator. Fue docente en ETER (Escuela Tercera de Comunicación de Argentina). Actualmente, trabaja en TyC Sports, medio multiplataforma argentino, y es conductor de “Desde el Barro”, programa de TyC Sports Play.

Por otro lado, los criterios de exclusión estuvieron conformados por profesionales que desconocían la actualidad deportiva de la ciudad. Asimismo, por periodistas que no contaban con una experiencia en producciones en distintas plataformas.

La técnica que se empleó para recolectar información fue la entrevista, definida por Troncoso (2017) como una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, la cual permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. Cabe destacar que la entrevista fue tipo semiestructurada, la cual tiene una mayor flexibilidad, en la cual el entrevistador tiene la autonomía de realizar una repregunta para aclarar conceptos.

El instrumento que se utilizó para esta investigación fue el cuestionario, que fue dirigida para gestores deportivos chiclayanos y periodistas deportivos multiplataforma para recolectar información sobre la actualidad del deporte en Chiclayo y sobre su experiencia en producciones periodísticas deportivas en distintas plataformas, respectivamente.

Cuestionario para gestores deportivos

1. ¿Qué deportes y tipos de competencias deportivas se realizan en Chiclayo? ¿Son amistosas, amateurs y/o federativas?
2. ¿Cuáles son los deportistas más destacados de Chiclayo? ¿Qué logros han alcanzado?
3. ¿Cuáles son los deportes con mayor tendencia a recibir cobertura?
4. ¿Qué criterios cree que tienen los medios de comunicación para cubrir los deportes en Chiclayo?
5. ¿Considera que la cobertura deportiva se encuentra centralizada, es decir, con mayor énfasis en Lima?
6. ¿Se da cobertura a todos los deportes que se practican en Chiclayo? *De responder no: ¿A qué cree que se debe esto?

Cuestionario para periodistas deportivos multiplataforma

1. ¿Qué es lo que caracteriza a un programa multiplataforma?
2. ¿Cuál es la estructura que debe tener un programa multiplataforma?
3. ¿Los programas multiplataforma permitirán tener un mayor alcance con la audiencia?
4. ¿Qué tipo de contenidos se pueden elaborar para un programa deportivo multiplataforma?
5. ¿Se puede realizar un programa deportivo que no tenga como eje central al fútbol? ¿Cómo?
6. ¿Cuáles son los géneros periodísticos que más se practican en el ámbito del periodismo deportivo?
7. ¿Cuáles son las principales fuentes de información que debe tener un programa deportivo?
8. ¿Cómo se podría financiar un programa de este tipo?

Para el procedimiento de la recolección de datos primero se elaboraron las preguntas que se realizaron a los conocedores del deporte en Chiclayo y a los periodistas con experiencias en producciones multiplataforma. Luego, se codificó y comparó la información obtenida. Dicha codificación permitió el análisis de cada una de las respuestas emitidas por los expertos, la cual facilitó la elaboración de infografías.

Finalmente, esta investigación cumplió con los principios éticos, pues se respetaron los derechos de autoría citando las fuentes utilizadas y en ninguna parte de la

investigación se plagió información correspondiente a otros autores. Además, los datos que los expertos brindaron han quedado en total confidencialidad y se garantizó el uso de esta información solo con fines académicos. Por otro lado, se citó y referenció empleando el formato APA. También, los instrumentos fueron validados por profesionales en periodismo, empleando los criterios de honradez, confiabilidad, imparcialidad y credibilidad.

Resultados

Resultados de las entrevistas a gestores deportivos

1. ¿Qué deportes y tipos de competencias deportivas se realizan en Chiclayo? ¿Son amistosas, amateurs y/o federativas?

En Chiclayo se realizan competencias amistosas, amateurs y federativas, y los deportes que se practican son el fútbol, básquet, vóley, boxeo, natación, tenis de mesa, patinaje, gimnasia artística, ciclismo, atletismo, karate, taekwondo, surf, balonmano, ajedrez, fútbol sala, tiro, rugby y jockey sobre césped. Cabe destacar que a nivel escolar, también se realizan campeonatos que son organizados por el Ministerio de Educación (fútbol, vóley, básquet, balonmano, ajedrez, tenis de mesa, futsal, natación y gimnasia artística).

2. ¿Cuáles son los deportistas más destacados de Chiclayo? ¿Qué logros han alcanzado?

- Alex Valera, futbolista de Universitario de Deportes y seleccionado nacional.
- Ayrthon Quintana, futbolista de Cienciano y seleccionado nacional sub20.
- Brenda Lobatón, voleibolista de Alianza Lima y seleccionada nacional.
- Ítalo Sanz Salazar, integrante de la selección nacional de patinaje. Clasificó Juegos Panamericanos Juveniles de 2021 en la ciudad de Cali.
- Cristhian Vásquez, ajedrecista campeón nacional de la Federación Deportiva Peruana de Ajedrez en la categoría sub 18.
- Yadhira Aguilar Oblitas, ajedrecista bicampeona en la modalidad individual y por equipos en los Juegos Sudamericanos Escolares, Asunción- Paraguay 2019
- María Acevedo Ortega, atleta medallista de oro en 80 y 150 metros planos de los Juegos Deportivos Nacionales Escolares 2019. También, fue medallista de bronce en la posta 5x80 y quinto puesto en los 80 metros planos en los Juegos Sudamericanos Escolares, Asunción- Paraguay 2019.
- Ariana Tapia Sánchez, ciclista medallista de oro en los Juegos Deportivos Nacionales Escolares 2018. Premiada en el IPD como la número 1 en Damas del Ranking Nacional 2019.
- Rosa Herrera Díaz, integrante de la selección nacional de karate. Medallista de oro y bronce en el Campeonato Mundial de Artes Marciales USA 2019.
- Mariagracia Torres Nole, integrante de la selección nacional de natación en los Juegos Deportivos Panamericanos Lima 2019.
- Lillian Burgos Eneque, tiradora medallista de oro en los Juegos Universitarios Nacionales de la Universidad Tacna 2018.

3. ¿Cuáles son los deportes con mayor tendencia a recibir cobertura?

El deporte que ha recibido más cobertura mediática es el fútbol. Luego, están el vóley y el básquet. El resto de deportes no recibe la cobertura deseada.

4. ¿Qué criterios cree que tienen los medios de comunicación para cubrir los deportes en Chiclayo?

El dinero que genera al medio de comunicación cubrir determinado deporte y el alcance que puede llegar a tener con el mismo. A su vez, el periodismo no hace una buena investigación por cubrir la actividad deportiva chiclayana y una de los criterios en los que se basa es en esperar a que el deportista obtenga un campeonato o una medalla para cubrir el deporte, pocas veces cubre el proceso. Esto se da mucho en los deportes no convencionales, porque en los deportes más conocidos sí se cubre el proceso.

5. ¿Considera que la cobertura deportiva se encuentra centralizada, es decir, con mayor énfasis en Lima?

Sí, porque Lima es la capital y en ella se puede encontrar la infraestructura necesaria para afrontar los campeonatos. Además, porque todas las sedes de las federaciones se encuentran en allí y cuenta con las primeras divisiones de los deportes: vóley, fútbol, básquet, rugby, hockey, etc.

6. ¿Se da cobertura a todos los deportes que se practican en Chiclayo? *De responder no: ¿A qué cree que se debe esto?

No, porque existe una cultura futbolística muy marcada y las otras disciplinas quedan relegadas. Asimismo, porque el deporte no irradia a todas las personas, por un tema de intereses económicos y por la falta de investigación por parte de los medios de comunicación locales.



Figura 1. Infografía de la actualidad deportiva en Chiclayo

Resultado de las entrevistas a periodistas deportivos multiplataforma

1. ¿Qué es lo que caracteriza a un programa multiplataforma?

Lo que caracteriza a un programa multiplataforma es, principalmente, emitir su contenido a través de distintas plataformas, las cuales cuentan con su propio lenguaje. También, su naturaleza o convergencia digital y la captación de un mayor número de audiencia.

2. ¿Cuál es la estructura que debe tener un programa multiplataforma?

Las estructuras se desarrollan de manera individual. Una para cada plataforma. Estas se elaboran junto al contenido y variará de acuerdo a la plataforma a la que está dirigida. En ellas se debe tener en cuenta el horario, segmentos, lenguaje y los objetivos del programa. Cabe destacar que se tiene que conocer muy bien la plataforma en la que se transmitirá el contenido y a partir de ahí armar una estructura que cuente con la interacción y participación del usuario.

3. ¿Los programas multiplataforma permitirán tener un mayor alcance con la audiencia?

Sí, los programas multiplataforma están llamados a ello. Sin embargo, va a depender del contenido. Sí el contenido es atractivo, va a generar mayor alcance con la audiencia. Cabe resaltar que el alcance con la audiencia se va a medir en base al tiempo en que el programa este al aire.

4. ¿Qué tipo de contenidos se pueden elaborar para un programa deportivo multiplataforma?

El contenido deportivo debe ir en base al deporte más consumido; por ejemplo, el fútbol. Este es el deporte más consumido y el que va a traer más público para el programa. A su vez, los contenidos van a depender de la coyuntura deportiva que viva el país o la ciudad. Los contenidos que se pueden emitir son los compactos deportivos, debates, entrevistas, vídeos explicativos, efemérides y notas de perfil. Conocer la realidad deportiva de la ciudad es clave para elaborar los contenidos.

5. ¿Se puede realizar un programa deportivo que no tenga como eje central al fútbol? ¿Cómo?

Sí, teniendo ideas innovadoras que llamen la atención del público para no solo conseguir espectadores sino nuevos aficionados del deporte. A su vez, segmentando los contenidos en función al público y que estos sean atractivos. También, involucrando a la gente que se identifica con el deporte.

6. ¿Cuáles son los géneros periodísticos que más se practican en el ámbito del periodismo deportivo?

El principal género es el informativo y de opinión; sin embargo, también es necesario el género interpretativo, pues en él se va a describir, analizar y comprender lo que es un deportista y una competición deportiva.

7. ¿Cuáles son las principales fuentes de información que debe tener un programa deportivo?

La fuente principal para acceder a la información deportiva es el deportista seguido por los entrenadores, dirigentes, familiares, representantes y entidades

deportivas como clubes o federaciones. También, se debe utilizar las redes sociales oficiales de cada institución deportiva.

8. ¿Cómo se podría financiar un programa de este tipo?

Un programa deportivo multiplataforma se puede financiar con auspiciadores, alianzas con municipalidades y colegios de Chiclayo. También, entregando contenido exclusivo a los usuarios por medio de la suscripción.



Figura 2. Infografía de un programa deportivo multiplataforma

Discusión

Objetivo uno: Identificar la actualidad de la práctica deportiva en Chiclayo.

Los resultados evidenciaron que en Chiclayo se practican diversos deportes como el fútbol, básquet, vóley, boxeo, natación, tenis de mesa, patinaje, gimnasia artística, ciclismo, atletismo, karate, taekwondo, surf, balonmano, ajedrez, fútbol sala, tiro, rugby y jockey sobre césped; estos se realizan a través de competencias amistosas, amateurs y federativas. Asimismo, a nivel escolar, también se realizan campeonatos que son organizados por el Ministerio de Educación. Sin embargo, no existe una cobertura adecuada por parte de los medios de comunicación. Los gestores deportivos chiclayanos consideraron que en la ciudad existe una cultura futbolística muy marcada. Además, el gestor deportivo y árbitro de ajedrez Diaz Herquino criticó la falta de investigación por parte de los medios, los cuales no realizan una cobertura acertada. Lo mencionado anteriormente se contrasta con Cuevas (2016), quien señala que en el periodismo deportivo se debe realizar un análisis profundo y preciso de las fuentes de información y seguir la rutina de los deportistas o equipos que se encuentran en una competición, pues

son muchísimas las disciplinas a las que el periodismo deportivo tiene que brindar una cobertura, por ello esta rama es distinta al resto.

A su vez, esta situación se comparó con la postura de Boyle (como se cita en Ángulo y Moreno, 2016) quien indica que existen tres factores para que los deportes tengan la relevancia mediática en estos tiempos: la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales; la digitalización, pues son transmitidos y apropiados por la audiencia a través de las distintas plataformas existentes; y la mercantilización, ya que la industria deportiva involucra más medios e instituciones financieras.

También, los resultados confirmaron que en Chiclayo el fútbol es el deporte con mayor tendencia a recibir cobertura. Mientras que el resto de disciplinas no la reciben del mismo modo. Se comprueba lo encontrado por Iriarte (como se cita en Steven, 2019), quien indica que existe una falta de diversidad en los contenidos del segmento deportivo siendo el fútbol un constante tema a tratar, a diferencia de países extranjeros como Reino Unido y Estados Unidos, que poseen diferentes estrategias en su programación que proponen un análisis interesante al deporte en todas sus disciplinas, en las cuales el público no solo se entretiene sino también adquiere conocimientos históricos y culturales.

A su vez, los resultados indicaron que los medios de comunicación cubren los deportes que generan dinero y los que les permiten a tener un mayor alcance. Esto confirma lo mencionado por Iriarte (como se cita en Steven, 2019), pues los programas deportivos, con el fútbol como contenido principal, han proporcionado a los medios cuantiosos beneficios económicos a través de las altas audiencias y los ingresos por publicidad. Por su parte, el gestor deportivo y entrenador de atletismo Guevara Guevara criticó que los medios se basan en esperar a que el deportista obtenga un campeonato o una medalla para realizar una cobertura, pues en los deportes poco convencionales no se cubre todo el proceso de obtención de un logro deportivo.

Objetivo dos: Plantear la estructura del programa multiplataforma que transmita información de los deportes en Chiclayo.

Los expertos entrevistados coincidieron en que los programas multiplataforma se caracterizan por transmitir su contenido a través de diferentes plataformas, por su convergencia digital y porque captan más público. Esto confirma lo mencionado por Rost y Bergero (2016), quienes señalan que esta manera de hacer periodismo tiene una característica muy marcada: contar una misma historia en distintas plataformas. Los mismos especialistas citados con anterioridad recalcaron que cuando se habla de los distintos medios y/o plataformas se refieren a todas las posibilidades con las que actualmente cuenta el periodismo para llevar un mensaje a la audiencia.

Con relación a la estructura, los entrevistados destacaron que se desarrolla junto al contenido y cambiará de acuerdo al medio o la plataforma que está dirigida. Precisarón que las estructuras se desarrollan de manera individual y que en ellas se debe tener en cuenta el horario, segmentos, lenguaje y los objetivos del programa. Sin embargo, el especialista Díaz Arreondo, coordinador y docente de la facultad de Comunicación en la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL), incluyó dos puntos importantes: conocer cada detalle de la plataforma por la que se va a emitir el programa y tener en cuenta la interacción y participación del usuario. Esto es de suma importancia, pues Salaverría (como se cita en Aramburú, 2018) añadió que esta forma de hacer periodismo articula diversos medios de comunicación para las coberturas informativas.

Además, los especialistas entrevistados coincidieron que el periodismo multiplataforma ayuda a tener un mayor alcance con la audiencia. Esto concuerda con lo mencionado por Alzamora (2017) que indica que en esta forma de hacer periodismo los

contenidos influyen en distintas plataformas con la colaboración entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio y participativo de las audiencias. Sin embargo, el periodista deportivo Gonzales Finocetti indicó que el alcance va a depender del contenido. Sí el contenido es atractivo, va a generar mayor alcance con la audiencia sea la plataforma por la cual se transmite. Por su parte, el periodista deportivo Reyes Barboza recalcó que el alcance se va a medir en base al tiempo en que el programa este al aire.

Objetivo tres: Determinar los contenidos del programa multiplataforma.

Con relación a los contenidos, los periodistas deportivos multiplataforma indicaron que los contenidos para un programa multiplataforma deben ser variados y pueden ser los compactos deportivos, debates, entrevistas, vídeos explicativos, efemérides y notas de perfil. Esto tiene mucha relación con lo mencionado por Alcoba (como se cita en Cavassa, 2018), pues la noticia por sí sola, ya no es suficiente para enganchar a los usuarios, televidentes u oyentes. Se necesita que el programa tenga una variedad de contenidos que puedan ser del agrado de la audiencia. Además, el periodista deportivo Reyes Barboza añadió que los contenidos van a depender mucho de la coyuntura deportiva que viva el país o la ciudad.

Por otro lado, considerando que los géneros periodísticos son las formas por las que se puede dar a conocer la información (Álvarez, 2017), los resultados evidenciaron que el principal género periodístico que se utiliza en el ámbito deportivo, es el informativo. No obstante, el experto Díaz Arreondo indicó que para los programas multiplataforma también se debe tener en cuenta el periodismo de interpretación, pues se va a describir, analizar y comprender lo que es un deportista y una competición.

Asimismo, los especialistas señalaron que la principal fuente para un programa deportivo es el deportista. Lo mencionado concuerda con Alcoba (como se cita en Ángulo y Moreno, 2016), quien señala que las fuentes primarias para acceder a la información deportiva son: el deportista, los directivos, las federaciones, el club y el técnico.

Conclusiones

Las competencias deportivas desarrolladas en Chiclayo se categorizan en amistosas, amateurs, escolares y federativas, y son las siguientes: fútbol, básquet, vóley, boxeo, natación, tenis de mesa, patinaje, gimnasia artística, ciclismo, atletismo, karate, taekwondo, balonmano, ajedrez, futbol sala, tiro, rugby y jockey sobre césped; estos deportes reflejan actividades y estilos de vida de la población chiclayana, y se han mantenido hasta la actualidad, aunque con escasa cobertura mediática.

Cada plataforma es autónoma y, por tener características propias, comunica de forma distinta a las demás; por ende, la estructura de un programa multiplataforma se debe desarrollar de manera individual teniendo en cuenta el horario, segmentos, lenguaje y los objetivos del programa, pues con ellas existe un orden y equilibrio, en donde cada contenido se encuentre organizado, de tal manera que se brinde una cobertura adecuada a cada deporte practicado.

Los contenidos periodísticos que se deben emitir en el programa son los compactos de encuentros deportivos, debates sobre la actualidad del deporte local, entrevistas con deportistas y personas vinculadas al deporte en Chiclayo, vídeos explicativos sobre las distintas disciplinas deportivas, efemérides y notas de perfil; ello con la finalidad que el

programa sea variado y se adapte a los cambios en las necesidades y perfiles de consumo de la audiencia, para que los usuarios no caigan en una repetición; y deben desarrollarse de manera objetiva, ética, veraz y respetando las fuentes de acceso a la información deportiva.

Recomendaciones

Se sugiere a la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo una preparación rigurosa para que los estudiantes puedan redactar y elaborar contenidos para cada plataforma y así comunicar la realidad a través de las mismas. De igual forma, ello permitirá que futuros comunicadores apliquen estas estructuras en sus producciones periodísticas, empleando diversos géneros y recursos narrativos para transmitir información de manera imparcial, innovadora y objetiva.

Se recomienda a los periodistas deportivos difundir su información en distintas plataformas, ya que esto contribuirá a diversificar y descentralizar los contenidos emitidos y a obtener mayor alcance de la audiencia. Asimismo, se sugiere un mayor requerimiento y especialización por parte de los profesionales de la comunicación en el periodismo multiplataforma, debido a las nuevas necesidades de la era digital.

Esta investigación servirá para difundir todos los deportes que se practican en Chiclayo con el fin fomentar la práctica deportiva y, por ende, contribuir al desarrollo humano y social de la ciudad. Por ello, se destacarán las características principales del programa, el uso de cuatro plataformas (Facebook, YouTube, Spotify y la radio) y la elaboración de estructuras donde estarán ordenados sus segmentos y contenidos. A continuación, se presenta la siguiente propuesta, la cual estuvo validada por expertos en periodismo deportivo y multiplataforma:

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

NAMING COPA

SLOGAN HECHO PARA GANDORES

LOGOTIPO

OBJETIVO DEL PROGRAMA:
DAR A CONOCER TODOS LOS DEPORTES QUE SE REALIZAN EN CHICLAYO Y PROMOVER LA PRACTICA DE LOS MISMOS

FORMATO PROGRAMA DE TELEVISIÓN WEB, RADIAL Y UN PODCAST.

GÉNEROS INFORMATIVO, DE OPINIÓN E INTERPRETATIVO

PÚBLICO OBJETIVO PERSONAS APASIONADAS POR EL DEPORTE

PERIODICIDAD UNA VEZ POR SEMANA

Hecho para ganadores






COPA

Figura 3. Características del programa

Tabla 4
Segmentos y contenidos

COPA: Hecho para ganadores				
Plataformas	Facebook	Radio	Spotify	YouTube
Segmentos	<p>Copa noticias: Segmento dedicado para las noticias más trascendentes del deporte. En esta sección se dará información y opiniones de los deportes más conocidos y practicados en Chiclayo: Fútbol, básquet y vóley.</p> <p>Sin fútbol: Segmento exclusivo para los deportes no convencionales. Se dará a conocer a otros deportes que no tienen la misma cobertura que el fútbol.</p> <p>Deportista de la semana: Segmento destinado para conocer, a través de entrevistas o crónicas, a los deportistas destacados del deporte Chiclayano.</p>		<p>Deportista de la semana: Segmento destinado para conocer, a través de entrevistas, a los deportistas destacados del deporte Chiclayano.</p>	<p>Sin fútbol: Segmento exclusivo para los deportes no convencionales. Se dará a conocer a otros deportes que no tienen la misma cobertura que el fútbol.</p>
Contenidos	Compactos deportivos, debates, entrevistas, vídeos explicativos, efemérides y notas de perfil			
Horario	Viernes 7:00 p.m.	Lunes 7:00 p.m.	Jueves 8:00 p.m.	Sábado 9:00 p.m.
Duración	30 minutos	1 hora	20 minutos	20 minutos

Tabla 5
Estructura de Facebook

COPA: Hecho para ganadores			
Segmento	Tiempo		
Copa noticias (Segmento 1)	Intro del programa	30''	8'45''
	Saludos y titulares	30''	
	Intro del segmento 'Copa noticias'	15''	
	Primera nota (Actualidad deportiva de Chiclayo)	3'00''	
	Comentario de la primera nota	45''	
	Segunda nota (Actualidad deportiva de Chiclayo)	3'00''	
	Comentario de la segunda nota	45''	
Sin fútbol (Segmento 2)	Intro del segmento 'Sin fútbol'	15''	4'30''
	Tercera nota: Descubriendo deportes no convencionales en Chiclayo	3'30''	
	Comentario de la tercera nota	45''	
Deportista de la semana (Segmento 3)	Intro del segmento 'Deportista de la semana'	15''	13'45''
	Nota de entrevista a deportista destacado chiclayano	10'00''	
	Interacción con los usuarios	3'00''	
	Despedida del programa	30''	

Tabla 6
Estructura de Radio

COPA: Hecho para ganadores			
Segmento		Tiempo	
Copa noticias (Segmento 1)	Intro del programa	30''	
	Saludos y titulares	30''	15'15''
	Cuña del segmento 'Copa noticias'	15''	
	Desarrollo y opiniones de noticias deportivas de Chiclayo	15'00''	
	Canciones (2)		6'00''
Sin fútbol (Segmento 2)	Cuña del segmento 'Sin fútbol'	15''	8'15''
	Desarrollo y opiniones de los deportes no convencionales en Chiclayo	8'00''	
	Canciones (2)		6'00''
Deportista de la semana (Segmento 3)	Cuña del segmento 'Deportista de la semana'	15''	
	Entrevista a deportista destacado chiclayano	18'00''	18'45''
	Despedida del programa	30''	
	Canciones (2)		6'00''

Tabla 7
Estructura de Spotify (podcast)

COPA: Hecho para ganadores		
Segmento		Tiempo
Deportista de la semana	Intro del programa	30''
	Cuña del segmento 'Deportista de la semana'	15''
	Entrevista o crónica de deportista destacado chiclayano	18'00''
	Despedida del programa	30''
		19'15''

Tabla 8
Estructura de YouTube

COPA: Hecho para ganadores		
Segmento		Tiempo
Sin fútbol	Intro del programa	30''
	Cuña del segmento 'Sin fútbol'	15''
	Entrevista a deportistas, entrenadores o personas vinculadas al deporte chiclayano	18'00''
	Despedida del programa	30''
		19'15''

(Ver propuesta completa en Anexos)

Referencias

- Álvarez, N. (2017). *Periodismo digital: uso y aplicación de la página web del Diario de Centro América*. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1589.pdf
- Alzamora, G. (2017). El periodismo multiplataforma de TV3 en Facebook sobre el 9-N: ¿prácticas intermedia o transmedia? *Comunicació revista de recerca i anàlisi*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/84997450.pdf>
- Ángulo, L. y Moreno, A. (2016). Periodismo Deportivo. El Fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga*. Edición, 16. pp. 10-26. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6000182.pdf>
- Aramburú, A. (2018). *La narrativa transmedia y la percepción de los alumnos del taller de periodismo multiplataforma respecto al proyecto 'Nosotros Somos Rusia 2018'*. (Trabajo de investigación para Bachiller). Universidad San Martín de Porres. Perú. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5259/ARAMBURU_OA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bustamante, D. y Coronel, G. (2021). Desarrollo de cibermedios deportivos: de migrantes a nativos. *Memorias de la Vigésima Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática*. Pp. 126-131. Recuperado de: <https://www.iiis.org/CDs2021/CD2021Summer/papers/CA148DL.pdf>
- Cavassa, P. (2018). *Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Líbero, El Bocón y Todo Sport*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Lima. Perú. Recuperado de: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/7133/Cavassa_S%c3%a1nchez_Piero_Carlo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Codina, L., Gonzalo, C., Pedraza, R. y Rovira C. (2017). Posicionamiento Web y Medios de Comunicación: Ciclo de Vida de una Campaña y Factores SEO. Barcelona: Departamento de Comunicación. Serie Editorial DigiDoc. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/89388026.pdf>
- Cuevas, C. (2016). *La gestión de las redes sociales en los medios de comunicación deportivos Análisis de la cobertura periodística de un partido de fútbol*. (Tesis de Licenciatura) Universitat Jaume I. España. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/166084/TFM_2016_CuevasDonatCarlos.pdf?sequence=1
- De la Fuente, L. (2015). *Redes sociales para organizaciones: una guía básica*. Recuperado de: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/unlar/20171117044954/pdf_1512.pdf
- De la Torre, J. (2020). *Plataformas digitales en el desarrollo de habilidades periodísticas*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3902/1/T-ULVR-3268.pdf>
- Espinoza, O. (2019). *La televisión deportiva en el Perú y la evolución de CMD*. (Tesis de Licenciatura) Universidad San Martín de Porres. Perú. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5314/ESPINOZA_BO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fuster, P. (2017). *El uso e influencia de las redes sociales en el periodismo deportivo. Evolución y perspectiva. El caso de Twitter en el deporte profesional en la Comunitat Valenciana*. (Tesis doctoral) Universidad Cardenal Herrera. España. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/8729/1/El%20uso%20e%20influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20el%20periodismo%20deportivo>

- [evoluci%C3%B3n%20y%20prospectiva_el%20caso%20de%20Twitter%20en%20el%20deporte%20profesional%20en%20la%20Comunitat%20Valenciana.pdf](#)
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- García, J. (2015). *Comunicar en la Sociedad Red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Gimeno, G y Peralta, M. (2016) *El lenguaje de las noticias de televisión*. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/112066/1/El%20lenguaje%20de%20las%20noticias%20de%20televisi%C3%B3n%20CAST.pdf>
- Gonzales, C. (2016) *Análisis de la viabilidad de un periódico polideportivo en la ciudad de Lima*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Jaime Bausate y Meza. Perú. Recuperado de: http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/88/GONZALES_MUJICA_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lara, D. (2020). *Periodismo deportivo nuevas tendencias y formatos de la transmisión streaming* (Tesis de Licenciatura) Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4038/1/T-ULVR-3393.pdf>
- León, A. (2020). *Producción de un programa deportivo para la radio universitaria híper radio*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca. Ecuador. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19110/4/UPS-CT008815.pdf>
- León, D. (2016). *Análisis del tratamiento de la noticia deportiva en los canales Claro Sports Colombia y Win Sports*. (Trabajo de grado). Universidad Santo Tomas de Aquino. Colombia. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3641/Leondiego2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maturrano, L. y Faustino, E. (2020). La investigación cualitativa en Ciencias Humanas y Educación. Criterios para elaborar artículos científicos. *Educare et Comunicare*, 8 (2), 56-66. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/edward.faustino.loayza.maturrano/16.pdf>
- Pedrero, L, Barrios, A. & Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Revista Comunica*, 60. pp. 103-112. Recuperado de: <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Peralta, A. (2020). *El tratamiento de la información en la opinión periodística en el caso de doping de Paolo Guerrero en medios deportivos nacionales e internacionales, 2017 – 2018* (Tesis de Licenciatura) Universidad San Martin de Porres. Perú. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8435/PERALTA_RA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Purisaca, R. (2020). *La preferencia informativa de los millennials en los medios de comunicación multiplataforma, en el contexto del covid-19, 2020* (Tesis de Licenciatura) Universidad San Martin de Porres. Perú. Recuperado de: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7489/PURISACA_DR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rentería, J. (2020). *Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo*. Recuperado de: <http://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/215/223>

- Rivas, J. (2020). Aprende SEO, desde cero, para Wordpress y otros CMS Los trucos que nadie más te va a contar. Recuperado de: https://carontestudio.com/pdf/Libro-SEO-gratis-2020_CaronteWebStudio.pdf
- Rojas, J. (Ed.). (2017). Periodismo deportivo de manual. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Rost, A. y Bergero, F. (2016). Apuntes teóricos sobre el periodismo transmedia. En Rost, A. (Ed.), Periodismo transmedia. La narración distribuida de la noticia (pp. 7-26). Buenos Aires, Argentina: PubliFadecs. Recuperado de: <http://rdi.uncoma.edu.ar/bitstream/handle/123456789/15341/Rost%2C%20Bernardi%2C%20Bergero.%20Periodismo%20transmedia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Troncoso, C. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, 2. pp. 329-332. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/60235/62861>

Anexos

Anexo 1: Validaciones

Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetada juez: gracias por aceptar evaluar la propuesta “*Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo*”. La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez:	Angelo Mario Torres Zevallos		
Grado profesional:	Magíster (X) Doctor ()		
Área de Formación académica:	Comunicaciones (X)	Educación ()	
	Sociología ()	Otra ()	
Áreas de experiencia profesional:	Periodismo		
Institución donde labora:	El Filtro, previamente editor en La República		
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años ()	Más de 10 años (X)	
	5 a 10 años ()		
Experiencia en Investigación Comunicacional :	03 últimos proyectos que ha realizado (opcional)		
	Actualmente periodista de El Filtro, medio peruano que se dedica a hacer fact checking.		
	En pleno desarrollo de tesis sobre el uso del podcast deportivo en el periodismo peruano: caso Balón Parado, podcast de La República.		
	13 años de experiencia en el periodismo deportivo. Editor de Deportes en La República entre el 2018 y 2020. Desarrollo de contenidos multiplataformas, creación de podcast y columnista		

2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- a. Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.

3. DATOS DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta:	“Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo”
Autor:	Arce Cueva, Gerson Jair
Procedencia:	Perú
Administración:	Escuela Comunicación USAT
Ámbito de aplicación:	Medios de comunicación deportivos locales

* Del sector educativo superior universitarios

4. SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: Una de las tendencias en la cultura de convergencia es el periodismo multiplataforma, el cual es definido por Alzamora (2017) como una rama que se refiere a la multiplicación de los canales de distribución y a encajar el lenguaje de los medios. En esta escena, los contenidos influyen en distintas plataformas con la colaboración entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio y participativo de las audiencias. Asimismo, Rost y Bergero (2016) indican que esta forma de hacer periodismo tiene dos características muy marcadas: Contar una misma historia en distintas plataformas y adaptar el contenido y lenguaje a las mismas. Además, señalan que los medios de comunicación son creadores y promotores de una gran cantidad de contenidos y cuando hablamos de distintos medios y/o plataformas se refieren a todas las posibilidades con las que actualmente cuenta el periodismo para llevar un mensaje a la audiencia.

5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LA JUEZA:

Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	4	El proyecto está claro en que trata de difundir el deporte en Chiclayo por lo que llega a apuntar a un nicho específico, a un público hiperespecializado. También por dónde se va a distribuir el contenido y la estructura de las pautas. Lo que se podría añadir es una sección de estadística y también tener a especialistas para explicar cada uno de los deportes específicos.
Coherencia	4	El proyecto es coherente al saber su objetivo principal. A pesar de ser un proyecto multiplataforma, lo ideal sería también añadirle algunos detalles extras para tentar a ser un producto transmedia. Es decir, crear productos específicos para cada una de las redes sociales, aprovechando las características de cada una de ellas. Por ejemplo, ahora que Twitter Spaces viene ganando terreno, Copa podría tener un programa de media hora semanal desde allí.
Relevancia	4	Es importante difundir otros deportes para que no solamente tengan mayor exposición sino que puedan tener oportunidad los deportistas de dar a conocer sus historias pero también que puedan conseguir el apoyo de auspiciadores y de la empresa privada.



Firma del evaluador
DNI: 44700204

Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetada jueza: gracias por aceptar evaluar la propuesta “Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo”. La evaluación de la propuesta es de gran relevancia para lograr que sea válido en su contenido y que se cumpla el objetivo en la tesis que se incorporará; aportando tanto al área investigativa comunicacional como a sus aplicaciones. Agradecemos, otra vez, desde ya su valiosa colaboración.

1 DATOS GENERALES DEL JUEZ

Nombre del juez: Jimena Alcalá Cadena		
Grado profesional:	Magíster (x)	
	Doctor ()	
Máster en Periodismo Deportivo en CEU San Pablo Madrid, España.		
Área de Formación académica:	Comunicaciones (x)	Educación ()
	Sociología ()	Otra ()
Áreas de experiencia profesional: Periodismo Deportivo		
Institución donde labora: Organización Editorial Mexicana		
Tiempo de experiencia profesional en el área :	2 a 4 años ()	Más de 10 años (x)
	5 a 10 años ()	
Experiencia en Investigación Comunicacional :	03 últimos proyectos que ha realizado (opcional)	

2 PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

- b. Validar lingüística y operativamente el contenido de la propuesta, por juicio de expertos.
- c.

3 DATOS DE LA PROPUESTA

Nombre de la propuesta:	“Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo”
Autor:	Arce Cueva, Gerson Jair
Procedencia:	Perú
Administración:	Escuela Comunicación USAT
Ámbito de aplicación:	Medios de comunicación deportivos locales

* Del sector educativo superior universitarios

4 SOPORTE TEÓRICO

Teorías y conceptos vinculados: Una de las tendencias en la cultura de convergencia es el periodismo multiplataforma, el cual es definido por Alzamora (2017) como una rama que se refiere a la multiplicación de los canales de distribución y a encajar el lenguaje de los medios. En esta escena, los contenidos influyen en distintas plataformas con la colaboración entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio y participativo de las audiencias. Asimismo, Rost y Bergero (2016) indican que esta forma de hacer periodismo tiene dos características muy marcadas: Contar una misma historia en distintas plataformas y adaptar el contenido y lenguaje a las mismas. Además, señalan que los medios de comunicación son creadores y promotores de una gran cantidad de contenidos y cuando hablamos de distintos medios y/o plataformas se refieren a todas las posibilidades con las que actualmente cuenta el periodismo para llevar un mensaje a la audiencia.

5 PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA LA JUEZA:

Se le pide leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categoría	Calificación	Observaciones/ Recomendaciones
Claridad	4	Hay claridad en la propuesta del “Programa multiplataforma para la difusión de las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo”. Asimismo, hay claridad en los canales de distribución que se tienen pensados para este proyecto.
Coherencia	4	El proyecto tiene coherencia en todo momento.
Relevancia	4	La propuesta tiene relevancia, ya que a través de ella se difundirán todas las noticias periodísticas deportivas en Chiclayo. Los canales son adecuados, sin embargo, sugiero que a esos canales se sume el de Instagram ya que hoy por hoy es una red social muy importante para difundir noticias y que será de gran ayuda para este proyecto.



Firma del evaluador
DNI: G11131227

Anexo 2: Propuesta

Idea de la propuesta

La propuesta de un programa deportivo multiplataforma en Chiclayo tiene como finalidad mostrar a la audiencia todos los deportes, deportistas y actividades deportivas que existen en Chiclayo. Asimismo, promover la práctica de los deportes, los cuales tienen un papel fundamental en el mejoramiento de la forma y la resistencia física de las personas.

Esta propuesta nace debido a la escasa cobertura por parte de los medios a los deportes que se practican en Chiclayo. Actualmente, los medios de comunicación locales dejan de lado los deportes no convencionales como: el patinaje, el tenis de mesa, ajedrez, atletismo, box, karate, entre otros; y se centran, en la mayor parte de sus coberturas, en el fútbol.

Para la realización de este programa se dará cobertura a la mayor parte de deportes que se practican en la ciudad de Chiclayo. Desde los más conocidos hasta los que no reciben una cobertura adecuada por los medios.

Este programa se caracterizará por ser multiplataforma, el cual se distingue por emitir el mismo contenido en distintas plataformas. El mismo, se transmitirá por: Facebook, YouTube, Spotify y una radio.

Publicaciones

Las publicaciones referentes a **COPA** se difundirán en Facebook. En ella se dará a conocer a los usuarios los invitados y las noticias que se desarrollaran en el programa.



Interacción con el público

COPA realizará sorteos y dinámicas en vivo en el programa de Facebook y radio. Se sortearán productos deportivos, camisetas, entradas a eventos deportivos y también experiencias con deportes poco convencionales como: patinaje, box, tenis de mesa, etc. Esto con la finalidad de que los usuarios generen un vínculo con el deporte.

Medición

La medición de este programa multiplataforma se hará a través de las mismas herramientas que nos brindan Facebook, YouTube y Spotify. Primero, en Facebook se utilizará Facebook Insights, donde se podrá analizar a la audiencia y conocer su ubicación. Asimismo, se podrá ver las interacciones y el alcance que tenga el *streaming*. Por otro lado, para YouTube se utilizará Creator Studio, donde se observará las veces que los usuarios han compartido, comentado e interactuado con la transmisión. Asimismo, se podrá ver el tiempo de visualización en el que la audiencia participa. Finalmente, para medir el polcas se utilizará: Spotify para Podcasters, donde se podrá observar cuantos usuarios han comenzado a escuchar un episodio del podcast y cuantos han escuchado más de 60 segundos. Este apartado servirá, además, para la edad y de qué país son los oyentes.

Posicionamiento SEO

Para aparecer en los primeros lugares de los buscadores, **COPA** ofrecerá contenido de calidad a sus usuarios y seguidores. Se nutrirá constantemente de contenido nuevo y se utilizará palabras claves que se incorporarán a los contenidos cargados en las plataformas, esto con la finalidad de que los usuarios pueden encontrar contenido de manera rápida y eficaz. Por otro lado, YouTube es el segundo buscador más utilizado y es importante optimizar el SEO de los videos de **COPA**. Por ello, estos constarán con título y descripción de video atractivas. Asimismo, deberá tener una imagen en miniatura que llame la atención.

COPA
Newspaper medium

About

Somos un programa multiplataforma apasionado por el deporte chiloyano. Levantemos esta copa todos juntos. #HechoParaGanadores

- 159,784,623 people like this
- 159,781,544 people follow this
- 45,264 people checked in here
- <http://www.youtube.com/copa-chidayo>
- Send Message
- Website

Photos See all

SORTEO

Hoy en el programa
SORTEO
CAMISETA DEL CLUB DE FÚTBOL
LAS PIRATAS FEMENINO

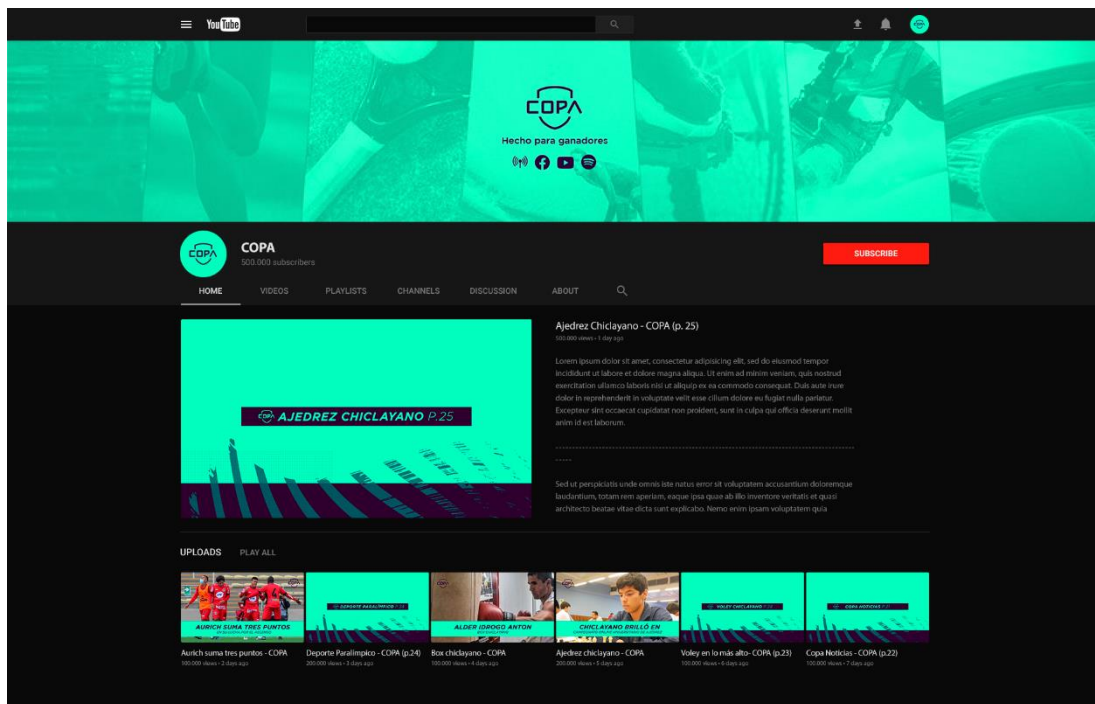
Hecho para ganadores

1K likes 152 comments 200 shares

Like Comment Share

View comments Oldest

Write a comment...



Presupuesto

Tabla 9

Presupuesto equipo humano

Presupuesto	
Equipo humano	
Cargo / actividad	Salario
Director General	s/. 2200
Productor	s/. 2000
Controlador de switcher	s/. 1300
Editores (2)	s/. 2200
Diseñador gráfico	s/. 1200
Reporteros (2)	s/. 2400
Camarógrafos (2)	s/. 2200
Conductores (2)	s/. 2400
Encargado de controles (Radio)	s/. 1300
Total	s/. 17200

Tabla 10

Presupuesto de alquiler de espacio y equipos

Presupuesto	
Alquiler de espacio y equipos	Precio
Espacio y equipos(*) para las plataformas de Facebook y YouTube /un día a la semana. *(Cámaras, tripodes, luces, computadora con tarjeta de video, consola de audio, micrófonos, switcher, televisor, parlantes, audifonos, parantes, fondo croma, cables HDMI)	s/. 500
Espacio radial y equipos (*) / un día a la semana. *(Micrófonos, audifonos, consola de audio, parlantes, computadora)	s/. 250
Total	s/.750

Financiamiento

Este programa se financiará con auspicios. Para comenzar, se buscará marcas que sintonicen con la misma idea de promover el deporte en Chiclayo y alianzas con entidades deportivas para cubrir sus eventos. Conforme el programa vaya creciendo se tendrá contenido exclusivo para suscriptores en las plataformas.

Anexo 3: Instrumentos

Cuestionario

Fecha: -

Hora: -

Lugar: -

Especialista:

Nombres:

Edad:

Experiencia laboral:

Introducción: Esta entrevista tiene como finalidad conocer, desde la experiencia profesional, conocer cuál es la actualidad de la práctica deportiva en Chiclayo.

Descripción general del proyecto: El proyecto tiene como objetivo principal proponer un programa multiplataforma que difunda las noticias periodísticas en Chiclayo.

Objetivos:

- Identificar la actualidad de la práctica deportiva en Chiclayo

Preguntas

1. ¿Qué deportes y tipos de competencias deportivas se realizan en Chiclayo? ¿Son amistosas, amateurs y/o federativas?
2. ¿Cuáles son los deportistas más destacados de Chiclayo? ¿Qué logros han alcanzado?
3. ¿Cuáles son los deportes con mayor tendencia a recibir cobertura?
4. ¿Qué criterios cree que tienen los medios de comunicación para cubrir los deportes en Chiclayo?
5. ¿Considera que la cobertura deportiva se encuentra centralizada, es decir, con mayor énfasis en Lima?
6. ¿Se da cobertura a todos los deportes que se practican en Chiclayo? *De responder no: ¿A qué cree que se debe esto?

Cuestionario**Fecha: -****Hora: -****Lugar: -****Especialista:****Nombres:****Edad:****Experiencia laboral:**

Introducción: Esta entrevista tiene como finalidad conocer, desde la experiencia profesional, como es la elaboración de un programa deportivo multiplataforma.

Descripción general del proyecto: El proyecto tiene como objetivo principal proponer un programa multiplataforma que difunda las noticias periodísticas en Chiclayo.

Objetivos:

- Plantear la estructura del programa multiplataforma que transmita información de los deportes en Chiclayo.
- Determinar los contenidos del programa multiplataforma deportivo.

Preguntas

1. ¿Qué es lo que caracteriza a un programa multiplataforma?
2. ¿Cuál es la estructura que debe tener un programa multiplataforma?
3. ¿Los programas multiplataforma permitirán tener un mayor alcance con la audiencia?
4. ¿Qué tipo de contenidos se pueden elaborar para un programa deportivo multiplataforma?
5. ¿Se puede realizar un programa deportivo que no tenga como eje central al fútbol? ¿Cómo?
6. ¿Cuáles son los géneros periodísticos que más se practican en el ámbito del periodismo deportivo?
7. ¿Cuáles son las principales fuentes de información que debe tener un programa deportivo?
8. ¿Cómo se podría financiar un programa de este tipo?