

# Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque

*por Raúl Noé Tepo Vásquez*

---

**Fecha de entrega:** 26-nov-2024 11:23p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2518696392

**Nombre del archivo:** Tepo\_-\_Trabajo\_de\_Tesis\_II\_FINAL.docx (10.91M)

**Total de palabras:** 7023

**Total de caracteres:** 41670

<sup>2</sup>  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN**



**Programa** deportivo en YouTube **para** promocionar los deportes acuáticos  
<sup>2</sup>  
**en Lambayeque**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO**

**EN COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

Raúl Noé Tepo Vásquez

<sup>2</sup>  
**ASESOR**

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

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

**Chiclayo, 2024**

**PROGRAMA DEPORTIVO EN YOUTUBE PARA  
PROMOCIONAR LOS DEPORTES ACUÁTICOS EN  
LAMBAYEQUE**

**PRESENTADA POR:**

**RAÚL NOÉ TEPO VÁSQUEZ**

**15**

**A la Facultad de Humanidades de la**

**Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo**

**para optar el título de**

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**APROBADA POR:**

**Nombres y apellidos**

**PRESIDENTE**

**Nombres y apellidos**

**SECRETARIO**

**Nombres y apellidos**

**VOCAL**

### **Dedicatoria**

A mis padres por brindarme su apoyo y motivarme a cumplir mis metas.

### **Agradecimiento**

A mi familia por ayudarme a lo largo de mi carrera universitaria.  
14 A la profesora Cecilia Vidaurre por guiarme en cada asesoría brindada.

**2**  
**Índice**

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| <b>Resumen .....</b>                | <b>5</b>  |
| <b>Abstract .....</b>               | <b>6</b>  |
| <b>Introducción .....</b>           | <b>7</b>  |
| <b>Revisión de Literatura .....</b> | <b>8</b>  |
| <b>Materiales y métodos .....</b>   | <b>12</b> |
| <b>Resultados .....</b>             | <b>15</b> |
| <b>Discusión .....</b>              | <b>18</b> |
| <b>Conclusiones .....</b>           | <b>19</b> |
| <b>Referencias .....</b>            | <b>27</b> |
| <b>Anexos .....</b>                 | <b>30</b> |

### Resumen

El siguiente trabajo de investigación titulado "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque" tuvo como objetivo principal proponer un programa deportivo que promueva estas disciplinas en Lambayeque. Los objetivos específicos fueron: Identificar las disciplinas más importantes del deporte acuático en Lambayeque, establecer el contenido del programa deportivo en YouTube y determinar la estructura del programa deportivo en YouTube. La investigación se justificó por la escasa cobertura mediática de los deportes acuáticos, a pesar de su relevancia histórica para el deporte peruano. La metodología que se empleó es de enfoque cualitativo, con un paradigma naturalista y fenomenológico, buscó entender la situación actual de estos deportes a través de entrevistas a deportistas, entrenadores y periodistas. Los resultados esperados incluyeron el desarrollo de un programa en YouTube que, mediante contenido atractivo, multimedial e interactivo, fomente la práctica de deportes acuáticos y genere un impacto positivo en la audiencia local. Se destacó las entrevistas con especialistas como método principal, y se propuso una estructura basada en la interactividad y multimedialidad propias del periodismo deportivo digital.

**Palabras claves.** Periodismo deportivo, Programa deportivo, deportes acuáticos, YouTube

### Abstract

The following research work entitled “Sports program on YouTube to promote water sports in Lambayeque” had as its main objective to propose a sports program that promotes these disciplines in Lambayeque. The specific objectives were: to identify the most important water sports disciplines in Lambayeque, to establish the content of the sports program on YouTube and to determine the structure of the sports program on YouTube. The research was justified by the scarce media coverage of aquatic sports, despite their historical relevance for Peruvian sports. The methodology used was qualitative in approach, with a naturalistic and phenomenological paradigm, and sought to understand the current situation of these sports through interviews with athletes, coaches and journalists. The expected results included the development of a YouTube program that, through attractive, multimedia and interactive content, promotes the practice of water sports and generates a positive impact on the local audience. Interviews with specialists were highlighted as the main method, and a structure based on the interactivity and multimediality of digital sports journalism was proposed.

**Keywords.** Sports journalism, Sports program, water sports, YouTube

## Introducción

El periodismo deportivo cumple un rol importante puesto que a través de él se conoce e impulsa el deporte. Para Canavilhas & Giacomelli (2023) una parte considerable de la población mundial está interesada en los deportes, tiene sentido que los medios deportivos acaben teniendo su propia sección dentro de los medios generalistas o incluso establezcan su propio nicho.

Además, para cubrir los temas del periodismo deportivo se resaltan diversos programas deportivos nacionales e internacionales que tienen éxito entre la audiencia porque son objetivos, brindan información de calidad y evolucionan junto a los medios de comunicación, esto les permite mantener como característica principal la multimedialidad. Según Ladino et al. (2022) Los multimedia enlazan texto, imágenes, música, vídeo, animación y otras funciones que potencian enormemente la participación del usuario para mejorar la narrativa y la estética de las piezas periodísticas. Por lo que, la multimedialidad es fundamental para mejorar el contenido de los programas deportivos.

Debido a esto, los programas deportivos han decidido trasladar o crear su contenido a diversas plataformas digitales de video con la finalidad de captar nueva audiencia. Para Colás & Quinteros (2022), la interactividad y la creación de comunidades son componentes esenciales en el desarrollo del contenido en YouTube, y son posibles sobre todo gracias a los comentarios (valoraciones, opiniones e intercambios de experiencias) que se dejan en los vídeos.

A nivel internacional, el programa deportivo español 'El Chiringuito' es un claro ejemplo, puesto que sigue presente en la televisión nacional española desde el año 2014 y, además transmite sus programas en la plataforma de streaming Twitch. Asimismo, cubre todos los eventos futbolísticos españoles y de la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA), con un toque sensacionalista y los periodistas tienen una característica particular, demuestran abiertamente su hinchaje hacia diversos equipos españoles, algo que en Perú no se ve con normalidad.

A nivel nacional, los programas deportivos tienen mayor importancia dentro de los medios tradicionales y su incursión en los medios digitales comenzó durante la pandemia, cuando los periodistas no podían ir a los estudios de televisión, improvisaban uno en casa y transmitían por redes sociales como Facebook Live y YouTube.

Como ejemplo está el programa deportivo 'A Presión', transmitido por YouTube. Su impacto en la audiencia le ha permitido ser ganador de 'Premios Luces' al 'Mejor programa deportivo digital'. Debido a la naturalidad con la que se abordan los temas futbolísticos nacionales e internacionales y la interacción con el público. Además, presenta un segmento donde el conductor, Peter Arévalo, lee comentarios de la audiencia y responde con argot criollo creando una relación dinámica entre el público y el programa.

En el ámbito local, específicamente en Chiclayo, El Deportivo Cix, es un programa transmitido por Facebook, donde brinda información deportiva, no solo sobre fútbol, también cubre notas periodísticas de torneos de taekwondo, skate y ciclismo realizados en el departamento de Lambayeque.

Sin embargo, el periodismo deportivo nacional está saturado de información sobre el fútbol y otros deportes populares. Esta investigación busca llenar un vacío existente en la oferta mediática nacional, destacando disciplinas que no suelen recibir la atención que merecen. Al ser una propuesta novedosa e innovadora, contribuye a diversificar los contenidos deportivos en los medios de comunicación, fomentando el interés y el desarrollo de estas prácticas en el

país, Debido a esto, urge un programa deportivo transmitido en YouTube que promueva los deportes acuáticos, puesto que no existe un pro para impulsar su práctica en la audiencia.

Por esto, la presente investigación plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo será el programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque?

Esta investigación es importante para la escuela de Comunicación porque los estudiantes conocerán la realidad de los deportes acuáticos y la importancia del periodismo deportivo en la difusión de sus diversas disciplinas.

Por otro lado, presenta relevancia social debido a que aborda un área del periodismo deportivo tradicionalmente poco explorada en el Perú: la cobertura, difusión y promoción del desarrollo de los deportes acuáticos, a su vez informa y entretiene al público objetivo al que va dirigido.

Además, este trabajo de investigación tiene implicancia práctica porque los resultados aportarán a los estudiantes de Comunicación nuevos conocimientos y planteamientos en la creación de programas deportivos que contribuyan con el deporte nacional. También, se utilizará YouTube para las transmisiones del programa deportivo.

A su vez, esta investigación presenta un valor teórico, porque se utilizará conocimientos científicos sobre el periodismo deportivo y, además, les da validez a investigaciones anteriores. También, empleará instrumentos que serán validados por especialistas en el tema deportivo.

El objetivo principal de la investigación es: Proponer un programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque.

Los objetivos específicos de la investigación son: Identificar las disciplinas más importantes del deporte acuático en Lambayeque, establecer el contenido del programa deportivo en YouTube y determinar la estructura del programa deportivo en YouTube.

## Revisión de Literatura

### Antecedentes

Díaz et al. (2022) realizaron una investigación sobre YouTube y el impacto que está tomando en el periodismo en España. Su principal objetivo fue examinar cómo utilizan YouTube los medios informativos españoles. Se utilizó una metodología mixta y sus instrumentos fueron las entrevistas a los encargados de los diferentes medios y las fichas de análisis de análisis de diversos diarios españoles. Como resultado, la investigación afirmó que existen dos factores para preferir YouTube por encima de otra red social; el primero es la velocidad a la que se cargan los contenidos y la calidad de la reproducción; el segundo, la sencillez y constancia del algoritmo de YouTube, que hace más fácil y transparente la monetización de contenidos en comparación con Facebook.

Marín et al. (2022) realizaron un trabajo sobre el análisis del periodismo deportismo en la plataforma Twitch sobre la cobertura de partidos de fútbol a través de Liga Casters. Tuvo como objetivos caracterizar los rasgos de las transmisiones de fútbol que la Liga de Fútbol Profesional desarrolló en Twitch y determinó si la audiencia destinataria piensa que estos espacios son más valiosos que los que suelen ofrecer la radio y la televisión. Para ello, se empleó una metodología mixta y como instrumentos se utilizaron las encuestas y el análisis de contenidos. El resultado del estudio demuestra que, en términos de estructura y dinámica argumental casi exacta, estos programas son extremadamente similares a las emisiones convencionales de radio y televisión.

García & Rodríguez (2021) desarrollaron una investigación que consistió en el uso de YouTube como plataforma para distribuir contenido noticioso de los medios informativos españoles. Su objetivo era contabilizar la cantidad de suscriptores, vídeos y visualizaciones de YouTube. La metodología empleada fue mixta, con un enfoque comparativo y accedieron a datos de audiencia referentes a redes sociales de la fecha 14 de enero de 2020. Las conclusiones del estudio confirman que los canales de YouTube son utilizados para la distribuir el contenido crossmedia por la prensa española más leída en Internet.

Rentería (2020) desarrolló un trabajo de investigación sobre cómo han transformado las redes sociales la práctica de producción de contenido en el periodismo deportivo, cuyo objetivo fue examinar las consecuencias de los nuevos procedimientos de producción del material de información en el periodismo deportivo que se distribuye en los medios digitales. La metodología utilizada fue mixta y se utilizaron entrevistas y encuestas como principales instrumentos. Las conclusiones del estudio confirmaron que en los contenidos informativos para redes sociales se abarcan distintos tipos de información; algunos serán ciertos, claros y verdaderos, mientras que otros necesitan ser investigados y evaluados para estar seguros de su veracidad.

## **Bases teóricas**

### **Teoría de Framing**

Según Melero (2022) Esta teoría define el encuadre como aquellos marcos que los periodistas y otros profesionales de los medios emplean con frecuencia para construir mensajes a partir de imágenes, frases, palabras y estilos de presentación.

Aplicando la teoría del encuadre se puede identificar un tema, un lugar y un contexto. Aunque es difícil generalizar y extrapolar los resultados en este caso, una de las ventajas es que la tipología produce conclusiones precisas y tangibles sobre un tema concreto y cómo se cubre en los medios de comunicación. Melero (2022).

### **Teoría del espejo**

Según esta teoría, el periodismo retrata fielmente la realidad; en otras palabras, la prensa sirve de espejo que refleja las circunstancias cotidianas de la sociedad. Según esta perspectiva, la noción de que el periodismo es un reflejo de la realidad se deriva de la exigencia de que el trabajo retrate los hechos importantes de manera objetiva, libre de prejuicios u opiniones. Osorio (2020).

### **Periodismo deportivo**

Según Vanegas et al. (2020) El periodismo como fuente de entretenimiento en el deporte ha encontrado una gran aceptación para la acción deportiva, en primer lugar, para el fútbol, el atletismo y el boxeo. La acción deportiva se genera en los múltiples medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales, secciones y lugares, compartidos o especializados, referidos al deporte.

Cabe resaltar que, las tareas del periodismo deportivo incluyen proporcionar información, diversión, objetividad y una narración, descripción o representación veraz y exacta de los acontecimientos deportivos sin fanatismo, habilidades y aptitudes que se perfeccionan mediante un proceso de aprendizaje técnico y concentrado. Morales & Cedeño (2024).

Para Romero (2022) El periodismo deportivo destaca por su espontaneidad, puesto que no sólo mantiene informado al público sobre acontecimientos deportivos próximos o en curso, sino

que también fomenta las conexiones en todo el país, desde el barrio más pequeño de una ciudad hasta la mayor área metropolitana.

### Periodismo deportivo digital

Según Peinado et al. (2024) El periodismo digital está sometido a mayores expectativas y necesita alinear los contenidos de sus medios de comunicación con un público objetivo en función de las pautas establecidas por los algoritmos de las redes sociales. Un ejemplo notable es el método en el que los usuarios se comprometen con las publicaciones o las apoyan a través de comentarios, una tendencia que ha dado lugar al periodismo colaborativo o participativo.

Por otro lado, para Mayanchela<sup>27</sup> Merchán (2022) Facebook y YouTube son ejemplos notables de la adaptación funcional de los medios de comunicación a las plataformas digitales, ya que cuentan con una audiencia más amplia tanto dentro como fuera del país. Estas redes aparecen de forma mucho más directa, son breves y, lo que es más importante, fáciles de recordar. Incluso muestran cómo distinguir entre pautas intrusivas y no intrusivas.

### Noticia deportiva

Las noticias deportivas, según Rentería (2020), son artículos en los medios de comunicación que ofrecen información imparcial y contrastada sobre deportes.

Además, para Rentería (2020) las redes sociales suelen dar las noticias deportivas antes que los medios tradicionales, por lo que un especialista en periodismo deportivo debe estar bien conectado con todos los sectores clave para obtener información precisa y oportuna sobre un equipo concreto.

### Programa deportivo

Para Mashingashi & Lala (2022) Dado que, además de un juego, el deporte mantiene ocupada a la gente en su tiempo libre, los programas deportivos han evolucionado hasta convertirse en lugares de entretenimiento para<sup>27</sup> audiencia. Con ello, el aumento de la popularidad de deportes ha hecho posible que los medios de comunicación adquieran los derechos televisivos y las fotos de estas importantes ocasiones y se beneficien de los espectadores.

Debido a sus grandes audiencias y a la publicidad, los programas deportivos han aportado grandes cantidades de dinero a la televisión. Mashingashi & Lala (2022). En base a esto, tanto los medios tradicionales como las plataformas digitales optan por presentar programas deportivos.

### Estructura de programa deportivo

De Vicente & Sierra (2022) afirma que la mayoría de programas<sup>17</sup> deportivos que se transmiten por plataformas digitales muestran una estructura dividida en cinco partes:

El tiempo de espera (que incluye la transmisión<sup>17</sup> que se realiza en el preciso momento en que comienza el programa, informando a la audiencia de que comenzará en unos minutos y mostrando en segundo plano los preparativos de los presentadores); la presentación y resumen del día (que incluye una explicación general de lo sucedido y un saludo a la audiencia); los contenidos y la entrevista (que incluye la presentación de algunos acontecimientos con vídeos y la entrevista a colaboradores del programa); la despedida y el cierre (que incluye la repetición de los contenidos presentados ese día y

la presentación de los **17** contenidos que se abordarán al día siguiente); y la hora de salida (un cartel que indica **la hora de emisión del día siguiente mientras se observa a los presentadores** mientras se desconectan **del programa**) (De Vicente & Sierra, 2022).

### **Contenido de programa deportivo**

En la actualidad, el contenido de un programa deportivo se centra más en el entretenimiento que en el valor periodístico real de la información. Así, la futbolización crea un sesgo en la agenda temática que estrecha sustancialmente el alcance del periodismo deportivo: no sólo es temático (centrado en el fútbol), sino también noticioso en cuanto a sus contenidos, que no siempre son relevantes para el deporte ni defendibles desde el punto de vista informativo. Romero (2022).

Núñez (2021) afirma que, además de la investigación, el periodismo deportivo debe ofrecer a sus lectores contenidos de calidad. El trabajo de un periodista se juzga por lo bien que despierta la atención del público. En la era digital, el contenido periodístico debe establecerse junto a la estructura, con la finalidad de generar un contenido informativo variado y atractivo para el público.

### **Multimedialidad en el periodismo digital**

Para Almeida et al. (2021), el periodismo digital suele combinar en una sola plataforma varios formatos mediáticos, como texto, audio, gráficos, vídeos, animaciones y fotos. Las noticias pueden mejorar y elevar su grado de información gracias a este potencial de integración. Presentaciones, audio, vídeo y texto pueden combinarse para crear un vasto ecosistema en línea al servicio de usuarios y audiencias.

Además, al conectar texto, imágenes, vídeos, audio, animaciones y otros componentes que mejoran enormemente la interacción con el usuario, también mejora las historias y el atractivo visual de los trabajos periodísticos. Ladino et al. (2022).

### **Interactividad en el periodismo digital**

Las diversas actividades que pueden realizarse en un sitio web es lo que denominamos interactividad. Desde hace diez años, el tema de la interactividad está muy presente en la industria periodística, ya que se considera un aspecto clave del ciberperiodismo. Santos et al. (2022).

La herramienta técnica que fomenta la conversación humana y la traslada a la comunicación mediada se denomina interactividad. Esta conversación se ve reforzada por las redes sociales, que han sido muy utilizadas para dinamizar la creación, distribución y comercialización de contenidos periodísticos. Ladino et al. (2022).

### **Deportes acuáticos**

Además de fomentar el sentido de comunidad a través de la exploración, el aprendizaje y el peligro, las actividades acuáticas también promueven el respeto por el medio ambiente, especialmente por el agua. Según Córdova et al. (2023), los participantes en deportes acuáticos están sujetos a circunstancias impredecibles, como los cambios en los patrones meteorológicos y los entornos marinos.

En el contexto nacional, Perú es un destino especialmente atractivo para los deportistas los deportes acuáticos. Uno de los más populares es el surf. En los Juegos Panamericanos Lima 2019 dicho deporte logró siete medallas, siendo la mayor cantidad de medallas otorgadas por un solo deporte en los Juegos Panamericanos.

## **YouTube**

El auge de redes sociales ha permitido el desarrollo masivo de contenido sobre deporte en plataformas como YouTube. Para Buitrago et al. (2022), desde hace casi 20 años, YouTube es la mejor plataforma para subir, compartir, ver y comentar material audiovisual.

En la actualidad, es la principal red social para subir videos y la interfaz que presenta hace que el público interactúe mediante comentarios en las transmisiones en vivo. Al tener una gran reputación, YouTube se convierte en la plataforma ideal para transmitir programas deportivos, puesto que llega a más personas interesadas en el deporte.

2

## **Materiales y métodos**

La investigación tuvo el paradigma naturalista con una metodología cualitativa, puesto que dicho paradigma busca entender diversas problemáticas mediante la experiencia. Miranda & Ortiz (2020). Es decir, a través de la vivencia e información dada por los especialistas entrevistados se pudo resolver la problemática de esta investigación.

En cuanto a la metodología cualitativa, para Sánchez & Murillo (2021) su finalidad es entender a los sujetos y la valoración que éstos hacen de su propio entorno. Y en esta investigación se comprendió la situación del deporte acuático en Lambayeque a través de un programa deportivo.

Esta investigación presentó un enfoque fenomenológico. Según Castillo (2020) este enfoque se ocupa más de cómo se experimentan las cosas que de lo que son o de cómo se perciben en primera persona. La mayoría de los estudiosos de la fenomenología coinciden en que el principal objetivo del enfoque fenomenológico es vivir de la experiencia. Por ende, esta investigación se validó en lo respondido por los entrevistados respetando su opinión sobre la temática investigativa.

En este trabajo de investigación participaron deportistas y entrenadores de las diversas disciplinas de los deportes acuáticos practicados en Lambayeque; además de, periodistas deportivos con experiencia en programas deportivos a través de plataformas digitales. Para ello, se utilizó un muestreo no probabilístico, según Hernández (2021) este tipo de muestreo implica elegir a los implicados basándose únicamente en lo que le conviene al investigador, lo que le da un control total sobre la cantidad de participantes.

## **Criterios de inclusión**

- Cinco deportistas de las disciplinas que comprenden los deportes acuáticos.

Ana Lucía Pérez Juárez, Ganadora de la Copa internacional de natación orense SC (Machala - Ecuador), ganadora del V Campeonato internacional de natación Jaén ganadora de la XIII Copa Internacional de natación Golf Country Club.

Mabel Vásquez Bustamante, Campeona nacional de natación en 2016, campeona regional, actualmente participa en campeonatos masters nacionales e internacionales y monitorea de natación en el colegio Santa Angela en la escuela de natación 'Nadadora'.

María Valeria García Perla, nadadora de manera competitiva desde los 7 años hasta los 16 años.

Edmundo Aguilar Santacruz, nadador de manera competitiva desde los 16 años.

Benjamín Dávila Díaz, surfista lambayecano desde hace cinco años y ganador de competiciones de surf.

- Tres entrenadores de las disciplinas que comprenden los deportes acuáticos.

Dora Pictau Chung Chang, directora de la Escuela Nadadora, entrenadora de alto rendimiento y miembro de ASPEDA (Asociación Peruana de Entrenadores Acuáticos).

Luis Eduardo Escudero De La Fuente, como entrenador es Tres veces campeón en el Circuito Nacional de Surf y entrenador de surf de reconocidos tablistas como Lucca Mesinas, Vania Torres, Gabriel Vargas, Kalea Gervasi, entre otros.

Julio César Vásquez Tenorio, entrenador de la Escuela Nadadora, entrenador de alto rendimiento desde 2017 y miembro de ASPEDA (Asociación Peruana de Entrenadores Acuáticos)

- Tres periodistas deportivos con experiencia en programas deportivos a través de plataformas digitales.

Elena <sup>21</sup>Vinia Siaden Pareja, periodista con Maestría en Comunicación y Marketing Digital. Licenciatura en Comunicación por la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo). Gráfica digital en el Instituto Toulouse Lautrec. Conocimiento en periodismo digital, SEO, podcast y diseño gráfico.

28

Roy Galdós Sánchez, periodista. Experiencia en medios digitales, podcast, radio, coberturas periodísticas del fútbol peruano y análisis del acontecer deportivo nacional e internacional.

Paul Pérez Rioja, periodista deportivo con pasos por prensa escrita, radial, televisiva y digital. Durante más de ocho años se desempeñó como redactor web, reportero, comentarista y conductor del área de deportes del Grupo RPP.

### **Criterios de exclusión**

- Deportistas que no practiquen deportes acuáticos.
- Entrenadores que no se especialicen en deportes acuáticos.
- Periodistas deportivos sin experiencia en programas deportivos a través de plataformas digitales.

El escenario de esta investigación fue Lambayeque, importante centro para la práctica de deportes acuáticos. El deporte acuático más practicado es la natación en la mayoría de sus categorías. Por otro lado, incluye playas en Pimentel y Santa Rosa, que proporcionan un entorno propicio para actividades como el surf. Además, la cultura marítima de Lambayeque,

caracterizada por el uso de embarcaciones tradicionales como los caballitos de totora, refleja una conexión histórica con el océano y sus recursos. Estos factores contribuyen a que Lambayeque sea un punto focal para los deportes acuáticos, tanto para los practicantes locales como para aquellos que visitan la región.

En el contexto de Lambayeque, un programa deportivo innovador en YouTube sobre estas disciplinas sirve como un puente entre el departamento y una audiencia global interesada en deportes acuáticos. Los creadores de contenido pueden utilizar esta plataforma para mostrar competiciones locales y entrevistar a atletas de la región. Al hacerlo, YouTube no solo ayuda a visibilizar las actividades deportivas en Lambayeque, sino que también fomenta el interés y la participación del público. La capacidad de YouTube para conectar personas y generar comunidad ofrece un escenario ideal para promocionar los deportes acuáticos de Lambayeque, permitiendo a los espectadores de todo el mundo descubrir y apreciar lo que esta región tiene para ofrecer en el ámbito deportivo.

La técnica que se empleó fue la entrevista, Lopezosa (2020) la define como un método útil para realizar una investigación de carácter cualitativo, porque presenta como única finalidad de recabar información para poder utilizar en nuestras investigaciones posteriores.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario dirigido a los sujetos de la investigación, esto con la finalidad de conseguir información pertinente que aporte a la propuesta de programa deportivo en YouTube.

### Cuestionario

#### OE1: Identificar las disciplinas más importantes de los deportes acuáticos en Lambayeque.

1. ¿Qué disciplinas dentro de los deportes acuáticos son más relevantes en Lambayeque?
2. ¿Qué disciplina del deporte acuático tienden a recibir mayor cobertura?
3. ¿Crees que la visibilidad de los deportes acuáticos en Lambayeque se ve afectada por la falta de recursos o infraestructura?
4. ¿Es viable la creación de un programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque?

#### OE2: Establecer el contenido del programa deportivo en YouTube.

#### OE3: Determinar la estructura del programa deportivo en YouTube.

1. ¿Qué aspectos considera esenciales para el éxito de un programa deportivo en YouTube?
2. ¿Qué tipo de contenido se elaboraría para un programa deportivo en YouTube sobre los deportes acuáticos en Lambayeque?
3. ¿Qué temas específicos relacionados con los deportes acuáticos en Lambayeque deberían cubiertos en el programa?
4. ¿Qué elementos visuales y de producción cree que serían efectivos para mantener a la audiencia comprometida con el programa?
5. ¿Qué fuentes de información debería utilizar el programa deportivo en YouTube para potenciar su contenido?
6. ¿Qué tipo de formato de programa deportivo en YouTube considera más adecuado para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque?
7. ¿Cuál es la estructura que debe tener un programa deportivo en YouTube?
8. ¿Qué segmentos pueden ser incorporados en el programa deportivo en YouTube?

9. ¿Cuál sería la duración ideal de un episodio del programa deportivo en YouTube? ¿Por qué?

Después de aplicar los instrumentos a los deportistas, entrenadores y periodistas deportivos, los resultados se redactaron en base a las respuestas obtenidas que fueron analizadas y codificadas, siguiendo un proceso por el cual se resaltó las semejanzas y diferencias para obtener las ideas principales, en base a ello se elaboraron las infografías. Por último, con el análisis de la información y las respuestas se realizó la propuesta de esta investigación.

La presente investigación contó con los principios de honestidad, credibilidad y transparencia en cuanto a la recolección de datos. Espinoza (2020) afirma que realizar una investigación con base en principios éticos beneficia al investigador, además de producir resultados válidos y fiables.

## **Resultados**

### **OE1: Identificar las disciplinas más importantes de los deportes acuáticos en Lambayeque.**

Los entrenadores y deportistas acuáticos indican que las disciplinas dentro de los deportes acuáticos más importantes son: natación y surf. Resaltando la importancia de los escenarios naturales<sup>33</sup> de Lambayeque como Pimentel. Además, afirman que las disciplinas que reciben mayor cobertura por parte de los medios de comunicación es la natación,<sup>47</sup> a pesar de la poca infraestructura en el departamento, y el surf, puesto que, la playa Pimentel es uno de los mejores sitios del país para practicar este deporte.

Por otro lado, los entrenadores indican que la falta de recursos económicos y materiales en Lambayeque afecta a la visibilidad de los deportes acuáticos que se practican en este departamento, sobre todo si se les compara con otros departamentos como Lima o Trujillo. Por ende, afirman que la creación de un programa deportivo en YouTube es viable para promocionar dichos deportes porque YouTube es una red social vista por un público numeroso y de todas las edades, lo que permitiría tener una audiencia amplia que conozca sobre la situación y la práctica de deportes acuáticos. Incluso, sugieren que este programa generará un valor a la sociedad, el cual es la práctica de estos deportes.

Figura 1.



*Nota: Infografía sobre los deportes acuáticos más importantes de Lambayeque*

**OE2: Establecer el contenido del programa deportivo en YouTube.**

**OE3: Determinar la estructura del programa deportivo en YouTube.**

En cuanto al contenido, los periodistas deportivos sugieren que el programa debería incluir reportajes, crónicas, entrevistas con deportistas y transmisiones en vivo. Destacan la importancia de generar contenido de valor donde se presente elementos visuales de calidad, como imágenes y videos captados durante los eventos deportivos, documentales y reportajes sobre la evolución de los deportes acuáticos en Lambayeque e historias sobre los deportistas acuáticos, donde narren sus experiencias personales. También destacan la importancia de estar bien informado y entretener al público para generar interacción con la audiencia, a través de comentarios.

Así mismo, para las fuentes de información, los especialistas mencionan la importancia de establecer contactos con federaciones deportivas (Federación Deportiva Peruana de Natación, Federación Peruana de Remo, Federación Deportiva de Tabla, etc.), deportistas y entrenadores reconocidos en el deporte acuático, así como también emergentes y organizaciones que llevan a cabo los torneos. De igual forma, proponen que los temas a cubrir deben ser competencias que se realizan por cada deporte acuático, además de, el apoyo necesario para estos deportes, condiciones de infraestructura en Lambayeque y el trabajo del Instituto Peruano de Deporte (IPD) con respecto a las disciplinas que están dentro de los deportes acuáticos.

Respecto a la estructura, los periodistas deportivos afirman que debe ser en formato magazine, porque esto combina información, opinión y entretenimiento. Además, proponen una estructura con bloques temáticos que podrían incluir entrevistas, análisis de eventos, historias de deportistas y segmentos interactivos con la audiencia. En cuanto a la duración ideal de cada episodio del programa, sugieren que esta puede variar según el formato y el público objetivo, pero generalmente se recomienda entre treinta minutos y una hora, teniendo en cuenta la atención limitada del espectador y la necesidad de construir un público fiel a lo largo del tiempo.

**Figura 2.**



*Nota: Infografía sobre el contenido y la estructura del programa deportivo "Aqua TV".*

## Discusión

### **OE1: Identificar las disciplinas más importantes de los deportes acuáticos en Lambayeque.**

Los resultados indicaron que las disciplinas más importantes son el surf y la natación y que estas tendrían más relevancia si existiera mayor cobertura, visibilización y promoción en los medios de comunicación. Esto concuerda con Romero (2022), quien afirma que además de informar al público sobre acontecimientos deportivos actuales o inminentes, el periodismo deportivo destaca por su espontaneidad, ya que conecta a personas de todo el país, desde el más pequeño barrio residencial hasta la ciudad más importante.

Además, los resultados sugirieron que a través de un programa deportivo la sociedad se beneficiaría debido a la práctica de estos deportes acuáticos. Sin embargo, los entrevistados afirman que para ello debe haber más torneos competitivos. Lo que contrasta con Vanegas et al. (2020), puesto que el periodismo deportivo satisface la necesidad humana de saber lo que ocurre en su comunidad, su nación y el mundo, de estar informado sobre los hechos, declaraciones y opiniones de interés público relacionados con el deporte.

También, los resultados coincidieron que YouTube es la red social indicada para la difusión de estos deportes en Lambayeque. Esto confirma lo indicado por Díaz et al. (2022), pues YouTube tiene un número impresionante de usuarios, su rápida popularidad demostró que el sector necesitaba una plataforma gratuita que fuera flexible, fácil de usar y cubriera todo el planeta, además de contar con una oferta infinita de contenidos audiovisuales.

### **OE2: Establecer el contenido del programa deportivo en YouTube.**

### **OE3: Determinar la estructura del programa deportivo en YouTube.**

Respecto al contenido, según los expertos consultados, un programa debe incluir una variedad de formatos como reportajes, crónicas y entrevistas con deportistas, además de transmisiones en vivo de competencias. Esto, se relaciona con lo mencionado por Rentería (2020), pues más allá de la cobertura informativa, el contenido de un programa deportivo profundiza en la historia personal, los ideales y los antecedentes de cada participante y trasciende de una simple noticia.

A su vez, los entrevistados, afirmaron que el éxito del programa deportivo se basa en la información que brindas y construyas, además de, que estar informado ayuda al hecho de conectar con el público y entretener. Lo que refuerza lo indicado por Núñez (2021) el contenido periodístico debe establecerse junto a la estructura, con la finalidad de generar un contenido informativo variado y atractivo para el público. Sin embargo, contrasta lo mencionado por Rentería (2020), pues indica que hoy en día, las redes sociales informan con frecuencia sobre acontecimientos deportivos que no son reales, lo que dificulta la labor de los periodistas a la hora de brindar información con sólidas credenciales y profesionalidad.

Los periodistas deportivos coincidieron en que el tipo de formato debe ser magazine, haciendo el contenido más accesible y atractivo para una audiencia amplia. Esto confirma lo afirmado por Morales & Cedeño (2024), puesto que, la información, la diversión, la objetividad y una narración, descripción o retrato veraz y preciso de los acontecimientos deportivos son algunas de las obligaciones del periodismo deportivo.

En cuanto a la estructura, los expertos afirmaron que se puede dividir el programa en bloques temáticos con una duración adecuada al interés del público. Esto confirma lo analizado por De Vicente & Sierra (2022), quienes consideran que la mayoría de programas deportivos digitales

presentan una estructura de cinco partes: El tiempo de espera; la presentación y resumen del día; los contenidos y la entrevista; la despedida y el cierre; y la hora de salida. Sin embargo, para el experto Roy Galdós no hay una ley escrita para que los programas deportivos tengan una estructura.

### **Conclusiones**

Las disciplinas más importantes de los deportes acuáticos en Lambayeque son la natación y el surf, a pesar de la falta de recursos y la escasa infraestructura que limitan su desarrollo en comparación a otras regiones del país, destacan por su relevancia tanto a nivel competitivo como en la cobertura mediática.

El contenido del programa deportivo en YouTube debe centrarse en reportajes, crónicas, entrevistas con deportistas y transmisiones en vivo. Resulta crucial destacar el desarrollo de los deportes acuáticos en Lambayeque y las historias personales de los atletas, con un enfoque en la calidad visual y la interacción con la audiencia. Para enriquecer el programa, se deben establecer contactos con federaciones deportivas, deportistas, entrenadores y organizaciones vinculadas a los deportes acuáticos.

El programa debe adoptar un formato de magazine, combinando información, opinión y entretenimiento, con bloques temáticos que incluyan entrevistas, análisis de eventos, historias de deportistas y segmentos interactivos. Cada episodio de este programa debe variar entre treinta minutos y una hora, con el fin de captar la atención del espectador y generar una audiencia fiel a lo largo del tiempo.

## Recomendaciones

<sup>14</sup> Para la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, se recomienda enfocar su formación en la creación de cursos sobre periodismo, específicamente en contenidos adaptados a las características de las plataformas digitales dentro del periodismo deportivo. La práctica en la creación de contenidos específicos para estas plataformas permitirá a los estudiantes transmitir información de manera clara y persuasiva, optando por recursos creativos.

A los jóvenes estudiantes de periodismo deportivo se les aconseja aprovechar al máximo <sup>34</sup> las oportunidades que ofrecen los medios digitales para la creación de programas. La diversificación de contenidos y el uso de formatos innovadores no solo contribuirán a captar una audiencia más amplia, sino también a ofrecer información más dinámica y accesible.

## Introducción de la propuesta

La cobertura de los deportes acuáticos es esencial en los últimos años, porque está impulsada por el éxito de atletas en disciplinas como el surf y la natación. Las playas y escenarios nacionales se han convertido en epicentros de competencias nacionales e internacionales, destacando eventos como los Juegos Panamericanos de 2019. Medios locales y especializados han incrementado la difusión de noticias, entrevistas y transmisiones en vivo de competiciones. Además, el gobierno y empresas privadas han empezado a invertir más en infraestructura y programas de desarrollo deportivo para fomentar el talento joven en estas disciplinas.

El programa se denominará: Aqua TV: “Sumérgete en el deporte” y estará dirigido para todos los fanáticos del deporte acuático. El objetivo del programa deportivo en YouTube es ser la principal alternativa para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque y así informar y entretener a la audiencia, ofreciendo contenido relevante y atractivo sobre las diversas disciplinas acuáticas practicadas en el departamento. A través de entrevistas y reportajes con deportistas locales, cobertura de eventos y competencias, el programa aspira a ser una fuente confiable de información para los amantes de los deportes acuáticos.

**AQUA TV**  
SUMÉRGETE EN EL DEPORTE

**OBJETIVO**  
Promover y difundir los deportes acuáticos en el departamento de Lambayeque

**SEGMENTOS**

- 'Estrellas de mar' • Entrevistas a los mejores deportistas acuáticos nacionales y lambayecanos
- 'Aventura en directo' • Coberturas especiales de eventos deportivos
- 'Jornada acuática' • Resumen de lo más importante del deporte acuático en la 'Jornada acuática'
- 'Aqua Alerta' • Seguimiento a través de reportajes sobre la labor del IPD respecto a las disciplinas de los deportes acuáticos.
- 'Maniobra la ola' • 'Highlights' de las mejores maniobras de los deportistas en sus respectivas disciplinas.

**Formato**  
Magazine

**Periodicidad**  
Sábado 12 m.

**Presupuesto**  
S/. 5,539

**Exclusivo en**  
YouTube

### IDENTIDAD VISUAL

#### Nombre

El nombre del programa deportivo es Aqua TV y su slogan es "Sumérgete al deporte".

#### Isotipo

El isotipo está conformado por dos figuras que representan el gorro y los lentes de natación. Estos elementos se usarán en conjunto y no se realizarán variaciones en forma y/o color.



#### Paleta de colores



#### Tipografía

- Decalotype (Miniatura de videos)

ABCDEFGHIJKLMN abcdefghijklmn  
 OPQRSTUVWXYZ opqrstuvwxyz

- **Alegreya Sans**

ABCDEFCHIJJKLMN abcdefghijklmn  
 OPQRSTUVWXYZ opqrstuvwxyz

---

### AQUA TV: SUMÉRGETE EN EL DEPORTE

---

**Plataforma**

YouTube

‘**Estrellas de mar**’: Entrevistas a los mejores deportistas acuáticos nacionales y lambayecanos.

‘**Aventura en directo**’: Coberturas especiales en vivo de eventos deportivos.

**Segmentos**

deporte acuático

‘**Jornada acuática**’: <sup>36</sup> Resumen de lo más importante de la semana en el

‘**Aqua Alerta**’: Seguimiento a través de reportajes sobre la labor del IPD y demás federaciones de los deportes acuáticos respecto a sus disciplinas correspondientes

‘**Maniobra la ola**’: *Highlights* de las mejores maniobras de los deportistas en sus respectivas disciplinas.

---

**Horario**

Sábado 12:00 m.

---

**Duración**

30 minutos.

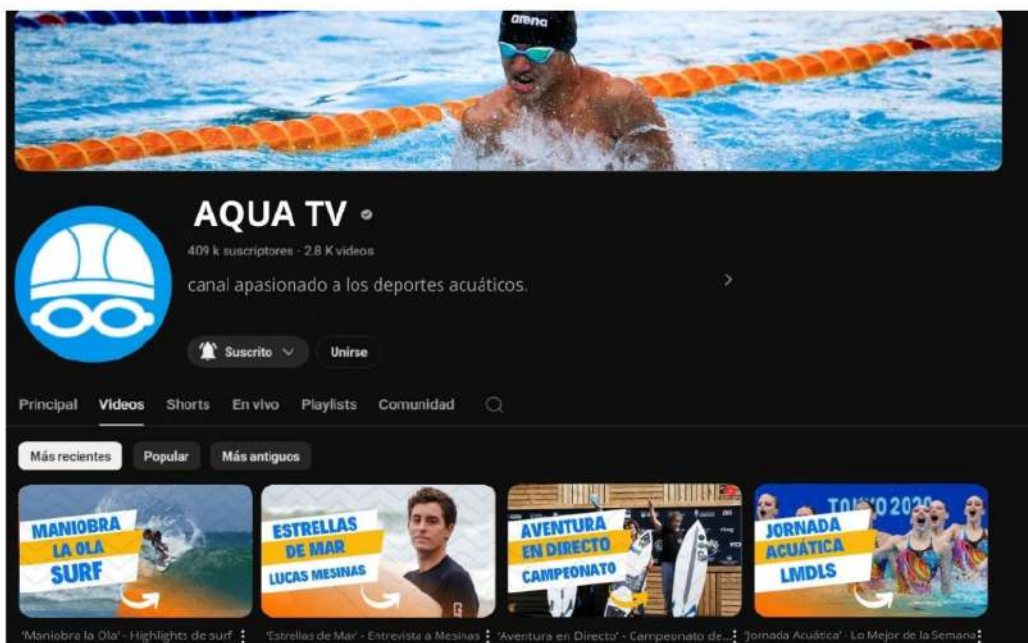
---

**PRESUPUESTO:**

| Equipo                                  | Cantidad | Precio Unitario | Costo Total  |
|---|----------|-----------------|--------------|
| Cámara (Sony Alpha Mirroless ILCE-7M2K) | 1        | 3,500           | 4,099        |
| Micrófono                               | 1        | 200             | 200          |
| Trípode                                 | 1        | 150             | 150          |
| Iluminación                             | 2        | 300             | 600          |
| Tarjeta de memoria                      | 2        | 120             | 240          |
| Fondo portátil                          | 1        | 250             | 250          |
| <b>Total</b>                            |          |                 | <b>5,539</b> |

**FINANCIAMIENTO:**

Para financiar esta propuesta se necesitará patrocinios de empresas locales y marcas que estén comprometidas con el desarrollo de los deportes acuáticos. Además, se activara la monetización en YouTube para recibir ingresos mediante esta plataforma.

**CANAL DE YOUTUBE:**

‘MINIATURAS’ DE LOS VÍDEOS:







## Referencias

- Almeida, S., Vásquez, E., & Barreth, A. (2023). Medios de comunicación digitales: una nueva forma de ver el periodismo. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 8(2), 994-1007. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7935463>
- Buitrago, Á., García, A., & Flandoli, A. (2022). De 'youtubers' a 'cultubers'. Un fenómeno de divulgación académica, cultural y científica en YouTube. *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 12(2), 55-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8574276>
- Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1), 53-69. <https://dx.doi.org/10.26441/rc22.1-2023-3005>
- Castillo, N. (2020). Fenomenología como método de investigación cualitativa: preguntas desde la práctica investigativa. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, (20), 7-18. [http://relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/fenomenologia\\_como\\_metodo](http://relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/fenomenologia_como_metodo)
- Colás, P. & Quintero, I. (2022). YouTube como herramienta para el aprendizaje informal. *Profesional de la Información/Information Professional*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.15>
- Córdova, R., Brandão, R., Tutte, V., & Reyes, M. (2023). Relación entre la ansiedad competitiva y resiliencia en practicantes de deportes acuáticos de alto rendimiento durante la COVID-19. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 8(2), 1-11. <https://www.redalyc.org/journal/6138/613877356002/613877356002.pdf>
- De Vicente, A. & Sierra, J. (2022). *Comunicación deportiva y redes sociales: La transmisión de los Juegos Olímpicos en el Twitch de Rtve. es.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8942069>
- Díaz, A., Álvarez, J. & Mora, V. (2022). YouTube y el nuevo rumbo de la prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 47-67. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1549>
- Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110. <https://conrado.ucf.edu/cu/index.php/conrado/article/view/1392>
- Fondevila J., Vila F., Rom J. & Perelló, M. (2020). Interactividad en la prensa online. Una comparativa en diarios regionales y de referencia en Cataluña. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1421-1431. <https://doi.org/10.5209/esmp.67033>
- García, S. & Rodríguez, A. (2021). YouTube como canal de distribución de la prensa en España. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.68612>
- Hernández O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=110056>
- Ladino, P., Prada, R., & Adán, O. (2022). Lineamientos para el uso de la hipermedialidad, multimedialidad e interactividad en el ejercicio periodístico digital comunitario para redes sociales (Facebook). Caso de análisis de la Red de Reporteros Comunitarios de

- Colom<sup>10</sup> (RRC). *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 20(40), 47-74. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8419181>
- López, I. (2022). ¿Cómo se construyen los encuadres noticiosos? Indagando acerca de la teoría del Framing. *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 21(2). <https://doi.org/10.15304/rips.21.2.8333>
- <sup>6</sup> Lopezosa, C. (2020). Entrevistas semiestructuradas con NVivo: pasos para un análisis cualitativo eficaz. Lopezosa C, Díaz-Noci J, Codina L, editores *Metodos Anuario de Métodos de Investigación en Comunicación Social, 1*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; 2020. p. 88-97. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/44605>
- <sup>3</sup> Marín, C., Valero, J & Rojas, J. (2022). Periodismo deportivo en plataformas crecientes: análisis de las retransmisiones futbolísticas en Twitch a través de LaLiga Casters. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (2), 329-339. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77426>
- <sup>16</sup> Mashingshi, M. & Lala N. (2022). <sup>16</sup> Periodismo deportivo. Una revisión histórica. En Editorial Universitaria Abya-Yala. *Reflexiones sobre periodismo deportivo*. (pp. 13-29) <https://doi.org/10.7476/9789978108277>
- <sup>41</sup> Mayanchela, M., & Merchán, J. (2022). Periodismo deportivo y publicidad: tendencias emergentes <https://doi.org/10.7476/9789978108277.0003>
- <sup>7</sup> Miranda, S., & Ortiz, J. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- <sup>18</sup> Morales, R., & Cedefio, M. (2024). El periodismo deportivo y rol de la formación académica en la era digital en Ecuador. *Revista San Gregorio*, 1(57), 73-88. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i57.2549>
- <sup>1</sup> Núñez, F. (2021). Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes. *#PerDebate*, 5(1), 266–286. <https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2329>
- <sup>29</sup> Osorio, J. (2020). Una aproximación al periodismo en contexto de conflictividad socio-ambiental. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (144), 203-220. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7718507>
- <sup>14</sup> <sup>32</sup> Rojas, J. (2023). Disfunciones en la construcción de la agenda temática del periodismo deportivo. <https://hdl.handle.net/11441/148292>
- <sup>16</sup> Romer<sup>54</sup> M. (2022) Las redes sociales como el nuevo mercado para el periodismo deportivo. <https://doi.org/10.7476/9789978108277.0004>
- <sup>24</sup> Peinado, F., Carrero, O., & García, F. (2024). El “modelo Ibai”: ejemplo de ludificación del contenido per<sup>44</sup>ístico deportivo creador de tendencia juvenil. *Revista Comunicación y Medios*, (49), 144-158. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9618529>
- <sup>11</sup> Rentería, J. (2020). Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 667-687. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/215>

- <sup>3</sup> Sánchez, A., & Murillo, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147-181. <https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>
- <sup>22</sup> Santos, G., Lopezosa, C., & Codina, L. (2023). Interactividad, buscabilidad y visibilidad web en periodismo digital galardonado. *Cuadernos. info*, (54), 269-292. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.54.51731>
- <sup>19</sup> Sixto, J. & Rodríguez, A. (2021). YouTube como canal de distribución de la prensa en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (2), 649-661. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.68612>
- <sup>4</sup> Vanegas, R., Lapiere, M., & Espinoza, I. (2020). Estrategias de comunicación en periodismo deportivo en el Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 25(3), 340-354. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890910>

## Anexos



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento questionario de entrevista que el investigador Raúl Noé Tepo Vásquez usó para su trabajo de tesis de "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque"

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

08 de noviembre de 2023

Mg. JOSÉ MARTIN NEYRA MONCADA  
ID ORCID N° 0000 0002 3887 0955  
Profesor universitario/comunicador

**Nombres y apellidos**  
**D.N.I :** 02605350

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'JMN', is written over a horizontal line.

### FIRMA

José Martín Neyra Moncada es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Piura (UDEP), tiene una maestría en Dirección y Gestión Empresarial del programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura (UDEP), y un doctorado concluido en Educación por la Universidad Nacional de Piura.

En el ámbito laboral tiene 30 años como comunicador, ha sido creador y director de diario La Hora de Piura, durante 14 años; actualmente es director de diario El Tiempo de Piura cargo que ejerce desde hace 7 años. Además, es docente universitario en la Universidad Nacional de Piura, en la Escuela de Comunicación, desde el año 2006.



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento **cuestionario de entrevista** que el investigador **Raúl Noé Tepo Vásquez** usó para su trabajo de tesis de **"Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque"**

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2. Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

13 de noviembre de 2023

Francisco Javier Barquero Cornelio  
**D.N.I 40379695**

**Perfil del validador:** Francisco Javier Barquero Cornelio es licenciado en Ciencias de la comunicación y magister en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa, ha sido coordinador General de Radio y TV de la Facultad de Humanidades de la Universidad Señor de Sipán por 3 años, ha trabajado por 2 años en la cadena de Radio y Televisión Cosmos SAC. Además, es docente, desde hace 9 años, en la escuela de Ciencias de la comunicación en la Universidad San Martín de Porres.



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems del instrumento cuestionario de entrevista que el investigador Raúl Noé Tepo Vásquez usó para su trabajo de tesis de "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque"

Ambos instrumentos o el instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Chiclayo, 14 de noviembre de 2023

**Mg. Manuel Eduardo Mezones Saavedra**

**D.N.I 02608130'**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Manuel Eduardo Mezones Saavedra', is written over a light blue horizontal line.

### FIRMA

**Magister en Docencia Universitaria UCV, Licenciado en Ciencias de la Comunicación UDEP, Docente universitario y asesoría en investigación. Actual director de actividades profesionales y académicas del Colegio de Periodistas y Comunicadores Sociales de Lambayeque. CPP N°0337, especialista en Marketing ESAN, especialista en Comunicación Estratégica para el Desarrollo por Santo Tomás de Moro Business School. Especialista en Alta Dirección y Gestión Empresarial.**

### Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: gracias por aceptar evaluar la propuesta "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque". 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

|   |  |                      |
|---|--|----------------------|
| <b>Nombre del juez:</b><br>Hugo Daniel Barrios<br>Orderique                     |  |                      |
| <b>Grado profesional:</b>   | Bachiller ( x )                                  | Magíster ( )         |
|   | Doctor ( )                                       |                      |
| <b>Área de Formación académica:</b>   | Comunicaciones ( x )                             | Educación ( )        |
|   | Sociología ( )                                   | Otra ( )             |
| <b>Áreas de experiencia profesional:</b><br>Periodismo,<br>Comunicación Digital |  |                      |
| <b>Institución donde labora:</b><br>En la Cancha                                |  |                      |
| <b>Tiempo de experiencia profesional en el área :</b>                           | 2 a 4 años ( )                                   | Más de 10 años ( x ) |
|   | 5 a 10 años ( )                                  |                      |
| <b>Experiencia en Investigación Comunicacional :</b>                            | 03 últimos proyectos que ha realizado (opcional) |                      |

#### 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 deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque" |
| Autor:                  | Tepo Vásquez, Raúl Noé  |
| Procedencia:            | Perú  |
| Administración:         | Periodismo deportivo  |
| Ámbito de aplicación:   | Medios de comunicación locales  |
| Resumen:                | Esta propuesta.   |

\* Del sector educativo superior universitarios

#### 4. SOPORTE TEÓRICO

*Teorías y conceptos vinculados: Según Peinado et al. (2024) El periodismo digital está sometido a mayores expectativas y necesita alinear los contenidos de sus medios de comunicación con un público objetivo en función de las pautas establecidas por los algoritmos de las redes sociales. Un ejemplo notable es el método en el que los usuarios se comprometen con las publicaciones o las apoyan a través de comentarios, una tendencia que ha dado lugar al periodismo colaborativo o participativo. Por otro lado, para Mayanchela & Merchán (2022) En la adaptación funcional de los medios de comunicación a las plataformas digitales, destacan YouTube y Facebook, que alcanzan una mayor audiencia tanto nacional como internacional. Estas redes presentan de forma mucho más simplificada, de corta duración y sobre todo fácil de recordar, e incluso sabiendo diferenciar la pauta cuando está siendo invasiva.*

#### 5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ:

A continuación, le presento la Guía de entrevista para evaluar el “Programa deportivo en YouTube parapromocionar los deportes acuáticos en Lambayeque” elaborada por Raúl Noé Tepo Vásquez (2024). De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría  | Calificación  | Indicador   |
|--|---|---|
| <b>CLARIDAD</b><br>La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.                                      | 1 No cumple con el criterio                             | La propuesta no es clara.   |
|  | 2. Bajo Nivel   | La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. |
|  | 3. Moderado nivel                                       | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.   |
|  | 4. Alto nivel   | La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.   |
| <b>COHERENCIA</b><br>La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación. | 1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.                                      |
|  | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)                   | La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados  |
|  | 3. Acuerdo (moderado nivel)                             | El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.  |
|  | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)                   | La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.  |
| <b>RELEVANCIA</b><br>La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de aplicarse en la realidad.                                    | 1 No cumple con el criterio                             | La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.   |
|  | 2. Bajo Nivel   | La propuesta tiene alguna relevancia, pero redundante en algunos elementos y podría mejorarse.  |
|  | 3. Moderado nivel                                       | La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.  |

|  |               |  |
|--|---------------|--|
|  | 4. Alto nivel | La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación. |
|--|---------------|--|

*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/<br>Recomendaciones  |
|------------|--------------|--|
| Claridad   | 4            | La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.  |
| Coherencia | 4            | La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.   |
| Relevancia | 4            | Podría considerarse contenidos sobre la formación en deportes acuáticos a manera de motivación de los nuevos prospectos. |




---

Firma del evaluador

DNI: 41710846

### Ficha 1: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: gracias por aceptar evaluar la propuesta "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque". 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

|   |  |                    |   |
|---|--|--------------------|---|
| <b>Nombre del juez:</b>                               | Jean Martin Dueñas Leiva                                     |                    |   |
| <b>Grado profesional:</b>                             | Bachiller ( <input checked="" type="checkbox"/> )            | Magister ( )       | Doctor ( )  |
| <b>Área de Formación académica:</b>                   | Comunicaciones ( <input checked="" type="checkbox"/> )       | Educación ( )      | Sociología ( )<br>Otra ( )                          |
| <b>Áreas de experiencia profesional:</b>              | Periodismo Deportivo: radio, youtube y televisión.           |                    |   |
| <b>Institución donde labora:</b>                      | RPP Noticias   |                    |   |
| <b>Tiempo de experiencia profesional en el área :</b> | 2 a 4 años ( )   | Más de 10 años ( ) | 5 a 10 años ( <input checked="" type="checkbox"/> ) |
|   | 03 últimos proyectos que ha realizado (opcional)             |                    |   |
| <b>Experiencia en Investigación Comunicacional :</b>  | Influencia de la Comunicación Interna en una empresa privada |                    |   |

#### 2. PROPÓSITO DE LA EVALUACIÓN:

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

#### 3. DATOS DE LA PROPUESTA

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Nombre de la propuesta: | "Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque" |
| Autor:                  | <b>Tepo Vásquez, Raúl Noé</b>   |
| Procedencia:            | <b>Perú</b>   |
| Administración:         | Periodismo deportivo  |
| Ámbito de aplicación:   | Medios de comunicación locales  |
| Resumen:                | Esta propuesta.   |

\*Del sector educativo superior universitarios

#### 4. SOPORTE TEÓRICO

*Teorías y conceptos vinculados: Según Peinado et al. (2024) El periodismo digital está sometido a mayores expectativas y necesita alinear los contenidos de sus medios de comunicación con un público objetivo en función de las pautas establecidas por los algoritmos de las redes sociales. Un ejemplo notable es el método en el que los usuarios se comprometen con las publicaciones o las apoyan a través de comentarios, una tendencia que ha dado lugar al periodismo colaborativo o participativo. Por otro lado, para Mayanchela & Merchán (2022) En la adaptación funcional de los medios de comunicación a las plataformas digitales, destacan YouTube y Facebook, que alcanzan una mayor audiencia tanto nacional como internacional. Estas redes presentan de forma mucho más simplificada, de corta duración y sobre todo fácil de recordar, e incluso sabiendo diferenciar la pauta cuando está siendo invasiva.*

#### 5. PRESENTACIÓN DE INSTRUCCIONES PARA EL JUEZ:

A continuación, le presento la Guía de entrevista para evaluar el “Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque” elaborada por Raúl Noé Tepo Vásquez (2024). De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría  | Calificación  | Indicador   |
|--|---|---|
| <b>CLARIDAD</b><br>La propuesta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.                                      | 1 No cumple con el criterio                             | La propuesta no es clara.   |
|  | 2. Bajo Nivel   | La propuesta requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. |
|  | 3. Moderado nivel                                       | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos de la propuesta.   |
|  | 4. Alto nivel   | La propuesta es clara, tiene semántica y sintaxis adecuada.   |
| <b>COHERENCIA</b><br>La propuesta tiene relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación. | 1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | La propuesta no tiene una relación lógica con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.                                      |
|  | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)                   | La propuesta tiene una relación tangencial /lejana con los elementos teóricos y/o resultados  |
|  | 3. Acuerdo (moderado nivel)                             | El ítem tiene una relación moderada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.  |
|  | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)                   | La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.  |
| <b>RELEVANCIA</b><br>La propuesta es esencial o importante, es decir es factible de aplicarse en la realidad.                                    | 1 No cumple con el criterio                             | La propuesta debe estructurarse nuevamente o reestructurar gran parte de los elementos que la componen.   |
|  | 2. Bajo Nivel   | La propuesta tiene alguna relevancia, pero redundante en algunos elementos y podría mejorarse.  |
|  | 3. Moderado nivel                                       | La propuesta es relativamente importante y es factible de aplicarse.  |
|  | 4. Alto nivel   | La propuesta es muy relevante y se recomienda su aplicación.  |

*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/<br>Recomendaciones  |
|------------|--------------|--|
| Claridad   | 4            | Creo que la propuesta es clara y directa. Sé que empieza en Lambayeque, pero sería bueno considerar también todo el litoral de la costa peruana, donde se practican muchos deportes acuáticos. |
| Coherencia | 4            | La propuesta está relacionada con la estructura conceptual/teórica o con los resultados obtenidos de la investigación.   |
| Relevancia | 3            | Creo que la propuesta es concisa y al estar en Yotube la hace mucho más viable. Consideraría darle refuerzo con presencia en redes como Instagram y Tik Tok                                    |



\_\_\_\_\_  
Firma del evaluador  
DNI: \_\_\_\_\_ 47047493 \_\_\_\_\_

# Programa deportivo en YouTube para promocionar los deportes acuáticos en Lambayeque

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | <a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a><br>Fuente de Internet                   | 2% |
| 2 | <a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a><br>Fuente de Internet                             | 2% |
| 3 | <a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a><br>Fuente de Internet | 1% |
| 4 | Submitted to Universidad Tecnologica del Peru<br>Trabajo del estudiante                                    | 1% |
| 5 | <a href="http://cienciayeducacion.com">cienciayeducacion.com</a><br>Fuente de Internet                     | 1% |
| 6 | <a href="http://repository.libertadores.edu.co">repository.libertadores.edu.co</a><br>Fuente de Internet   | 1% |
| 7 | <a href="http://repositorio.pucesa.edu.ec">repositorio.pucesa.edu.ec</a><br>Fuente de Internet             | 1% |
| 8 | <a href="http://nuevaepoca.revistalatinacs.org">nuevaepoca.revistalatinacs.org</a><br>Fuente de Internet   | 1% |

|    |  |      |
|----|--|------|
| 9  | <a href="http://repositorio.uchile.cl">repositorio.uchile.cl</a><br>Fuente de Internet           | 1 %  |
| 10 | Submitted to<br>Trabajo del estudiante   | 1 %  |
| 11 | Submitted to Universidad Latina de Costa Rica<br>Trabajo del estudiante                          | 1 %  |
| 12 | <a href="http://www.dykinson.com">www.dykinson.com</a><br>Fuente de Internet                     | 1 %  |
| 13 | <a href="http://www.eaapublishing.org">www.eaapublishing.org</a><br>Fuente de Internet           | 1 %  |
| 14 | <a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a><br>Fuente de Internet                         | 1 %  |
| 15 | Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo<br>Trabajo del estudiante           | <1 % |
| 16 | Submitted to Universidad Rey Juan Carlos<br>Trabajo del estudiante                               | <1 % |
| 17 | <a href="http://visualcompuplications.es">visualcompuplications.es</a><br>Fuente de Internet     | <1 % |
| 18 | <a href="http://revista.sangregorio.edu.ec">revista.sangregorio.edu.ec</a><br>Fuente de Internet | <1 % |
| 19 | <a href="http://rua.uam.mx">rua.uam.mx</a><br>Fuente de Internet                                 | <1 % |

|    |   |      |
|----|---|------|
| 20 | Cedeño Rodríguez, Alejandra C..<br>"Competencias transmedia y estrategias de aprendizaje informal en estudiantes universitarios/as que usan las redes sociales",<br>University of Puerto Rico, Rio Piedras (Puerto Rico), 2024<br>Publicación | <1 % |
| 21 | elcomercio.pe<br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 22 | Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO<br>Trabajo del estudiante  | <1 % |
| 23 | www.redtransdi.com<br>Fuente de Internet  | <1 % |
| 24 | comunicacionymedios.uchile.cl<br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 25 | Submitted to Universidad Adolfo Ibáñez<br>Trabajo del estudiante  | <1 % |
| 26 | epsir.net<br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 27 | dspace.utb.edu.ec<br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 28 | depor.com<br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 29 | repositoriousco.co<br>Fuente de Internet  | <1 % |

<1 %

30

[idus.us.es](http://idus.us.es)

Fuente de Internet

<1 %

31

Submitted to Infile

Trabajo del estudiante

<1 %

32

[icono14.net](http://icono14.net)

Fuente de Internet

<1 %

33

[doczz.net](http://doczz.net)

Fuente de Internet

<1 %

34

[revistascientificas.uspceu.com](http://revistascientificas.uspceu.com)

Fuente de Internet

<1 %

35

Inmaculada Melero López. "¿Cómo se construyen los encuadres noticiosos? Indagando acerca de la teoría del Framing", RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 2022

Publicación

<1 %

36

[es.player.fm](http://es.player.fm)

Fuente de Internet

<1 %

37

[vnexplorer.net](http://vnexplorer.net)

Fuente de Internet

<1 %

38

[www.ipd.gob.pe](http://www.ipd.gob.pe)

Fuente de Internet

<1 %

[killkana.ucacue.edu.ec](http://killkana.ucacue.edu.ec)

39

Fuente de Internet

<1 %

40

[kulturaaudiovisual.blogspot.com](http://kulturaaudiovisual.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

41

[repositorio.upse.edu.ec](http://repositorio.upse.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

42

[repositorio.uwiener.edu.pe](http://repositorio.uwiener.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

43

[repository.ufri.uniri.hr](http://repository.ufri.uniri.hr)

Fuente de Internet

<1 %

44

[repozitorij.ffzg.unizg.hr](http://repozitorij.ffzg.unizg.hr)

Fuente de Internet

<1 %

45

[rua.ua.es](http://rua.ua.es)

Fuente de Internet

<1 %

46

[sdgdata.humanrights.dk](http://sdgdata.humanrights.dk)

Fuente de Internet

<1 %

47

[www.larazon.com.ar](http://www.larazon.com.ar)

Fuente de Internet

<1 %

48

"Reflexiones sobre periodismo deportivo: experiencias, retos y expectativas",  
FapUNIFESP (SciELO), 2022

Publicación

<1 %

49

[lavozdelosquesobran.cl](http://lavozdelosquesobran.cl)

Fuente de Internet

<1 %

50 repositorio.ucp.edu.pe <1 %  
Fuente de Internet

---

51 revistadigital.uce.edu.ec <1 %  
Fuente de Internet

---

52 revistas.ucm.es <1 %  
Fuente de Internet

---

53 ric.cps.sp.gov.br <1 %  
Fuente de Internet

---

54 Mishelle Romero-Ochoa. "Las redes sociales como el nuevo mercado para el periodismo deportivo", FapUNIFESP (SciELO), 2022 <1 %  
Publicación

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado