



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DEL PERIODISMO DEPORTIVO DIGITAL EN LA
TRANSMISIÓN DE CONTENIDOS EN EL MEDIO SOCIAL
YOUTUBE, AÑO 2021.**

AUTOR:

CEDEÑO CANTOS NEISER FABIAN

TUTOR:

MSc. TRIANA PALMA MELBA LILIAN

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo investigativo a dios, ser todo poderoso que cuida de cada uno de nosotros, a mis padres que han sido uno de los pilares fundamentales para que hoy esté donde estoy, gracias a cada una de sus enseñanzas y dedicación que siempre me han sabido brindar, a mis hermanos, familiares y planta docente en general, por todo el apoyo incondicional que siempre me han brindado para no desistir y así poder cumplir una meta más en mi vida.

Cedeño Cantos Neiser



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Mediante el presente trabajo de investigación quiero agradecer a cada uno de los que intervinieron en todo este tiempo de aprendizaje continuo.

A dios por ser quien me llena de energía para seguir hacia adelante y por todo lo que me ofrece día tras día, permitiéndome vencer los obstáculos o barreras que se me presentan en este largo camino.

A mis queridos padres, docentes, y compañeros quienes han sido mi impulso, mi fortaleza y mi ayuda para continuar y poder cumplir con todo aquello que desde un inicio me propuse y seguir siendo una persona de bien para la sociedad.

Cedeño Cantos Neiser



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



RESUMEN

El propósito de esta investigación es dar a conocer un análisis sobre el periodismo deportivo digital en la transmisión de contenidos mediante la plataforma social YouTube, analizando cuál es el aporte o conocimiento que se brindan al momento de emitir un contenido o comentario. Es así como YouTube se ha vuelto el medio de mayor facilidad para transmitir contenidos y cuenta con una mayor concurrencia del público, ya que la era digital se ha convertido en un desafío para la sociedad exigiéndoles a estar actualizados a esta nueva tendencia.

Una de las ramas del periodismo que sin duda alguna tiene gran afluencia pública a nivel mundial es el periodismo deportivo, este cuenta con millones de seguidores de diferentes partes del mundo que se encuentran a la expectativa de lo que suceda a nivel local, regional, nacional e incluso internacional. La metodología que se aplicó en este estudio fue el método cuantitativo, enfocándose en la recolección de datos a través de una encuesta realizada a un grupo selecto de ciudadanos, dando como resultado que la era digital ha llevado a cualquier tipo de persona a convertirse en un reportero ya sea este profesional o empírico, destacándose por su cobertura mundial y la forma rápida de transmitir sus contenidos para que estos sean visualizados por sus seguidores y así se mantengan informados.

Palabras claves: Periodismo deportivo digital - transmisión de contenidos - medio social – YouTube



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHoyo

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



ABSTRACT

The purpose of this research is to present an analysis on digital sports journalism in the transmission of content through the YouTube social platform, analyzing what is the contribution or knowledge that is provided at the time of issuing a content or comment. This is how YouTube has become the easiest medium to transmit content and has a greater audience participation, since the digital age has become a challenge for society, requiring them to be updated to this new trend.

One of the branches of journalism that undoubtedly has a large public influx worldwide is sports journalism, this has millions of followers from different parts of the world who are waiting for what happens at the local, regional, national level and even international. The methodology applied in this study was the quantitative method, focusing on the collection of data through a survey conducted on a select group of citizens, resulting in the digital age that has led any type of person to become a reporter, whether professional or empirical, standing out for his worldwide coverage and the quick way of transmitting his contents so that they are viewed by his followers and thus they stay informed.

Keywords: Digital sports journalism - content transmission - social media - YouTube

Índice

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO	
PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A	
LA SUSTENCIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
CAPÍTULO I.- MARCO METODOLÓGICO	9
1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO	9
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.2.1. Formulación del planteamiento.....	9
1.3. JUSTIFICACIÓN	10
1.4. OBJETIVO.....	10
1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
1.5.1. Periodismo deportivo	11
1.5.2. Periodismo digital.....	11
1.5.3. Plataforma social YouTube	12
1.5.4. Desafíos del periodista deportivo en la actualidad	13
1.5.5. Periodismo deportivo en YouTube	14
1.5.6. Estilos del periodismo deportivos en el país.....	14
1.5.7. Deportes más populares a nivel mundial.....	15
1.6. HIPÓTESIS	16
1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.8. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.9. METODOLOGÍA	17
1.10. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	18

CAPITULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1. DESARROLLO DEL CASO	18
2.2. SITUACIONES DETECTADAS	19
2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS.....	19
CONCLUSIONES	20
RECOMENDACIONES	21
BIBLIOGRAFÍA	22
ANEXOS.....	23

INTRODUCCIÓN

El periodismo y cada una de sus ramas, así como lo es el periodismo deportivo tienen sus influencias en la ciudadanía, en particular con aquellos que se mantienen involucrados en cada una de las incidencias deportivas que se transmiten en los diferentes medios deportivos.

La influencia que estos transmiten es la principal motivación de que los aficionados se fidelicen a un medio en particular.

El deporte que más produce movilizaciones a nivel mundial es el fútbol, por ello los medios de comunicación desempeñan un papel muy importante en el desarrollo de los acontecimientos y el marco motivacional para los fanáticos. Uno de los medios de mayor consumo es YouTube por su inmediatez y vinculación con la ciudadanía y otros medios sociales.

En la última década han surgido numerosos canales de YouTube creados por personas dedicadas al análisis de la actualidad deportiva, por su facilidad de acceso y por la acogida que este medio tiene con la ciudadanía, emitiendo su señal a una amplitud con alcance mundial y que está al alcance de todos mediante dispositivos muy comunes entre nosotros como, smartphone, pc, tv, etc. El hecho de obtener miles de suscriptores y visitas ocasiona un acrecentamiento de la reputación de estos periodistas. Por eso es importante conocer cómo influyen en la sociedad.

En el capítulo I, se plantea la definición del tema o caso de estudio, el planteamiento del problema y la justificación, seguido a esto va el objetivo, continuando con la fundamentación teórica de las variables y la metodología y técnicas que se usaron en la investigación.

En el capítulo II, se plantean las situaciones detectadas, soluciones planteadas seguida de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I.- MARCO METODOLÓGICO

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA CASO DE ESTUDIO

Análisis del periodismo deportivo digital en la transmisión de contenidos en el medio social YouTube, año 2021.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se plantea analizar de qué manera el periodismo deportivo digital influye en la transmisión de contenidos en el medio social YouTube. Se consideraron diversas variables para desarrollar esta investigación, en la que destaca la influencia que estos medios transmiten a la sociedad. Hay que tener en cuenta que estos medios sociales se han vuelto indispensable al momento de transmitir un contenido, la sociedad actualmente lo que más consume es lo digital, por ende, se necesita de personas que se encuentren preparadas para desarrollar estas labores.

La facilidad que estas plataformas brindan a la sociedad para poder tener un medio de estos, está haciendo que se diversifique mucho la información que se transmite y siembre dudas de que lo que se está consumiendo sea veraz, solo por el simple hecho de que hay personas que no están actas y que necesitan capacitarse para asumir este rol y poder transmitir un contenido. YouTube es un medio que con el pasar del tiempo ha ido acrecentándose de una manera muy prolongada, tanto en canales, suscripciones y visualizaciones, es por eso que los diferentes medios necesitan estar a la altura de lo que todos esperamos en sus transmisiones, teniendo en cuenta que hoy en día todo medio de comunicación irrumpe en lo digital.

1.2.1. Formulación del planteamiento

¿De qué manera el periodismo deportivo digital influye en la emisión de contenidos en el medio social YouTube, año 2021?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo está basado en el análisis del periodismo deportivo digital en la transmisión de contenidos en el medio social YouTube, así mismo como la influencia que estos inculcan a la sociedad quienes son parte de esta era digital y hacen que estos medios se mantengan y sigan creciendo cada vez un poco más.

Este tema fue seleccionado de acuerdo a las actividades trascendentes que se desarrollan de manera paulatina en nuestra sociedad e incluso con una mentalidad educativa que relaciona al comunicador con la ciudadanía e incluso conservando profesionales que sean capaces de analizar las diferentes disciplinas deportivas de una manera que vaya más allá de una información, sino también de una manera formativa, cultural, sociológica, psicológica, ética, política e incluso social. Sus mensajes establecen un comportamiento positivo o negativo en el público, ya que en la actualidad este es un tema que trasciende en nuestra sociedad por la gran masa social que acoge en sus diferentes disciplinas.

Los medios sociales buscan herramientas para innovar y así poder atraer un mayor número de seguidores que otros medios y fidelizarlos a estas plataformas.

Esta investigación cuenta con un aporte de carácter científico y porque es factible la realización del mismo, ya que todo tipo de medio social a nivel global, es capaz de encontrar un plus que lo ayude a sobresalir a diferencia de otros medios y sobre todo que tenga una mayor emulación pública.

1.4. OBJETIVO

Analizar la influencia del periodismo deportivo digital en la emisión de contenidos en el medio social YouTube, año 2021.

1.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.5.1. Periodismo deportivo

Según (Ucha, 2015), “el periodismo deportivo se encarga de informar a la sociedad de los diferentes torneos y competencias que se llevan a cabo en cada disciplina deportiva, tanto en el plano nacional como en el internacional”.

Con el transcurrir del tiempo y con la fantástica difusión del deporte en el mundo que coincidió con el crecimiento económico exponencial de muchas disciplinas como el fútbol, el tenis, el básquet, etc. El periodismo deportivo creció muchísimo y comenzó a ocuparse de otras cuestiones vinculadas a cada deporte como por ejemplo los contratos que suscriben los jugadores con sus clubes, los contratos que hacen atletas y deportistas con empresas, entre otras cosas.

Y aunque en una menor medida, el periodismo deportivo se ocupa de las curiosidades y los detalles personales que rodean a las figuras del deporte, porque este fenomenal crecimiento también ha generado que muchos deportistas se conviertan en auténticas celebridades mundiales que acaparan la atención del periodismo,

Se puede decir que los seguidores de X o Y deportes, hoy en día les importa todo aquello que suceda dentro o fuera del campo deportivo: cuestiones personales, comerciales, entre otras, es ahí donde el periodismo deportivo debe abordarlas con la misma calidad e instantaneidad con que estas suceden sin tener que distorsionar la información que está presentando.

1.5.2. Periodismo digital

El periodismo digital, también conocido como ciberperiodismo o periodismo en línea. Es una forma del ejercicio periodístico en la que su entorno principal de desarrollo es el Internet. Sus medios auxiliares son digitales o multimedia. Se considera la línea del periodismo que ha evolucionado a la era digital.

Los inicios del periodismo digital datan a la década de 1990, con la aparición del Internet en los trabajos y hogares del mundo. Fue cuando grandes medios periodísticos, diarios reconocidos y famosas cadenas de televisión, crearon sus portales web brindando a sus lectores la posibilidad de leer material adicional publicado en papel o en TV. El primer diario en tener su portal fue *The Chicago Tribune* albergado por la entonces popular plataforma America On Line (AOL).

En la actualidad la prensa digital abarca todas las ramas previas como la prensa escrita, la radio, la televisión y otros formatos compendio de multimedios sostenido por las cualidades únicas del Internet. Hoy es posible visitar páginas de noticias, escuchar la radio, ver la televisión sólo con hipervínculos y formatos múltiples, incluso se pueden seguir transmisiones en vivo sin ningún problema.

La prensa digital va mucho más allá de los blogs, las redes sociales y otras formas de comunicación disponibles en Internet y aunque las utiliza como herramientas estas operan distinto. La prensa digital sigue metodologías periodísticas, confirmar fuentes, redacta de forma objetiva y suele ocupar espacio en páginas web consideradas de periodismo fiable (Amerike, 2019).

1.5.3. Plataforma social YouTube

La variedad del contenido, la posibilidad de elegir qué tipo de contenido ver, ser gratis, la conexión que crea el contenido producido por otros usuarios... La suma de todos estos factores hace de YouTube un medio con el que la TV tradicional lo tiene muy difícil competir. Por otra parte, es un canal muy atractivo y fácil de consumir, de hecho, para la gran mayoría del público supera a los canales “*tradicionales*” de Internet, basados en texto, como los blogs.

Como ya te imaginarás, esto significa también que tener un canal YouTube propio, tiene un potencial profesional enorme. YouTube ya no es sólo una divertida herramienta de ocio, se ha convertido en mucho más que eso, YouTube es una poderosísima herramienta profesional que simplemente no puedes ignorar.

Se podría decir que YouTube es una especie de televisión en Internet bajo demanda, aunque incluye emisiones en directo y la posibilidad de realizar los Hangouts de Google+ en directo. De hecho, el término “televisión”, aunque no se suele utilizar en relación a YouTube, viene a cuento por su integración cada más fuerte con la televisión “tradicional” a través de las Smart tv y dispositivos externos con acceso a Internet que, conectados a un televisor tradicional permiten disfrutar de YouTube como si fuera un canal de TV más, (López, 2021).

1.5.4. Desafíos del periodista deportivo en la actualidad

El periodismo deportivo en este siglo, siguiendo su esencia de cumplir con su función de difundir las noticias que lleven al análisis, el periodista debe construir e ir modificando la estructura de sus contenidos, es decir, en cómo la información se la presenta al receptor en el plano digital. Estas formas de comunicación nos exigen como profesionales de la información a una preparación y capacitación constante para trabajar dentro del medio digital con eficacia. Hay que alcanzar capacidades tecnológicas dentro de un ámbito que cada día nos desenvolvemos más.

El periodista de ser capaz de utilizar diversos medios, como imágenes, sonidos y texto a la vez; es simple tiene que poner a funcionar su ingenio para sobresalir y destacar en el campo digital. Los medios digitales deben esforzarse en no caer en supuestos o falsear la información valiéndose del anonimato, el periodismo desarrollado con veracidad y objetividad, debe escribir y describir lo mejor con mucha precisión para que sea comprendido sin dejar dudas o provocar malos entendidos. Debe ser claro, conciso y utilizar un lenguaje correcto para los distintos públicos. Ante todo mantenerse con ética.

El reto principal del periodista es demostrar sus cualidades y su profesionalismo, atrapar a los receptores de su información mediante la manipulación de las nuevas tecnologías y que esos valores den frutos con solidez. Al mismo tiempo el periodista cuenta con libertad, independencia e integridad, su trabajo será valorado y tenido en mucha consideración como fuente de credibilidad. En lo ético, el periodismo deportivo debe asumir y no eludir la responsabilidad que nos impone la era digital. Al respeto a la forma de pensar de los demás, a

las emociones y sentimientos de cada individuo receptor de las publicaciones, eso hay que tenerlo presente para conseguir el éxito deseado, (Mosquera, 2016, pág. 21).

1.5.5. Periodismo deportivo en YouTube

El periodismo deportivo se ha convertido en uno de los principales pilares para todos los medios de comunicación, es un mercado que tiene mucha demanda, en España es considerado el rey de los deportes. Aunque parezca mentira, hoy en día si uno mira esta sección en cualquier medio de comunicación encontrará no sólo la última información acerca de los últimos partidos disputados, sino otras noticias que envuelvan a jugadores/equipos pero que tienen una vertiente diferente y se acerque más a temas económicos o políticos, (Aguirre, 2019), citado **por** (Benites P. A., 2020a, pág. 9).

Es por eso que en la mayoría de países donde el Fútbol es el dominante, se considera un espectáculo. De ahí que los periodistas elijan insertar elementos literarios para que las noticias hagan conmovir al lector. Hablar de periodismo deportivo hoy en día se reduce a periodismo futbolístico, la supremacía del fútbol arrincona a los demás deportes.

Hay buenos cimientos y el aprovechamiento de las redes sociales hará que los comunicadores deportivos del futuro tengan buena acogida e informen de forma distinta. «Los periodistas tienen curiosidad, ahora la información viene en los teléfonos y redes sociales. Se deben ingeniar y tener objetivos que los diferencien de los demás» (Bonilla, 2019) citado por (Benites P. A., 2020b, pág. 10).

1.5.6. Estilos del periodismo deportivos en el país

En un estudio realizado por (Párraga, 2016), en nuestro país existe una amplia gama de periodistas deportivos que han impuesto su propio estilo, calando muy a fondo en la ciudadanía ecuatoriana, llegando a tener mucha influencia a la hora de emitir su comentario sobre las noticias que generan las diferentes disciplinas deportivas, teniendo una gran aceptación por su

popularidad y por la forma de llegar al público, **pp. 25-26**. A continuación, te presentamos unos cuantos nombres y sus estilos.

- Fabián Gallardo: conocido como narrador deportivo, poniendo mucha pasión al momento de gritar un gol en especial del combinado nacional, es conocido como la voz de la selección pues sus frases como “Ecuador, mi país”, “jueguen muchachos” o “no vas más final del partido”, ya están immortalizadas.
- Roberto Bonafont: es el más popular de los comentaristas del país, por su forma lírica de hablar, muestra un conocimiento muy amplio de cultura general la cual mezcla con lo deportivo y es muy amante a la lectura unas de frases que lo identifican es “atenti mi ecuador del alma” y su programa pateando tachos.
- Mario Canessa: principal de la gran cadena radial Caravana, en sus comentarios es muy frontal, directo, usando términos muy comunes en vulgo, goza de gran popularidad y credibilidad a nivel nacional.
- Patricio Cornejo: su estilo deja bien en claro que sabe del deporte internacional, en especial del futbol, (mundiales, champions league, liga española, inglesa e italiana) también hace gala de sus conocimientos de música en genero rock la cual mezcla un poco con lo deportivo.

Estos son algunos de los que tienen mayor popularidad y estilo en nuestro país, acotando que con el pasar del tiempo van conociéndose nuevos nombres y estilos de nuevos periodistas que van haciéndose conocer de a poco como Andrés Gusmerd, Robín Noboa y Diego Arcos.

1.5.7. Deportes más populares a nivel mundial

Alrededor del mundo se practica una gran diversidad de deportes que atraen a multitud de aficionados que asisten a los estadios o lugares donde se llevan a cabo todos los fines de semanas

o simplemente los ven por cualquier medio deportivo. Sin embargo, no todos gozan de la misma popularidad.

El deporte supone una parte fundamental de la sociedad, su relevancia se manifiesta en las notables partidas presupuestarias que los países le dedican a las diferentes disciplinas deportivas y a sus deportistas, contándose como éxitos de estado las victorias de sus representantes deportivos. Aunque todos los países cuentan con un deporte vernáculo, al final hay algunos deportes que cuentan con más adeptos.

La chaza o pelota nacional, es el deporte autóctono de Ecuador. Se lo compara con el tenis por las raquetas que se utilizan, aunque en esta práctica se llaman tablas o guantes, pero son más pesadas y rústicas (El Universo, 2017). El deporte que más se practica en nuestro país es el fútbol o balompié. Existen campeonatos nacionales de Primera y Segunda División, torneos juveniles, barriales e intercolegiales, etc. Algo que resaltar es que en el primer deporte en que el Ecuador destacó a nivel internacional es la natación. En el año 1938 cuatro deportistas guayaquileños lograron la hazaña de ganar para el país el Campeonato Sudamericano de Natación que se llevó a cabo en Lima-Perú, (Ecuador Noticias, 2020).

1.6. HIPÓTESIS

Analizando la influencia del periodismo deportivo digital ayudará a una mejor emisión de contenidos en el medio social YouTube.

1.7. MÉTODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.8. TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.8.1. Investigación descriptiva

Se basa en este método de investigación porque detalla el estado en que se encuentra el caso investigado, los hechos, antecedentes y personas implicadas, explicando detalladamente cada circunstancia y cualidades para adquirir mayores argumentos que fundamenten y expliquen la proyección final de los resultados adquiridos.

1.8.2. Investigación bibliográfica

Se utilizó este tipo de investigación porque por medio de la misma se refleja la evolución científica y tecnológica de la humanidad, y por ende se ha clasificado la información necesaria de diferentes páginas web, libros, revistas, blogs, etc, y así lograr obtener diferentes resultados.

1.8.3. Investigación de campo

Es la destreza que se realizó para poder conseguir datos reales y comprobados tal y como visualizamos, en base a esto se convirtió en diversas indagaciones relevantes con la intención de recopilar datos para el análisis del periodismo deportivo digital en la transmisión de contenidos en el medio social YouTube.

1.9. METODOLOGÍA

1.9.1. Método inductivo-deductivo

Se utilizó este método debido a que las deducciones básicas permiten inducir o inferir terminaciones generales de un tema que forma parte de un elemento lógico. Es decir, se parte de todo lo poco que sabemos o deducimos, hasta obtener generalizaciones más específicas del tema que se está tratando.

1.9.2. Método hipotético- deductivo

Se basa en este tipo de método, porque parten de investigaciones que son simple hipótesis o suposiciones empíricas, para luego dar conclusiones justificadas en base a deducciones de diferentes tipos de estudios aplicados, y así obtener respuestas lógicas que serán comprobadas.

1.10. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación está basada en técnicas de investigación cualitativa basándose en la recolección de toda la información posible acerca de las variables que se estudian en este tema para recolectar información que nos permita entender el tema, además se basó en la técnica cuantitativa, basándose en la recolección de datos, números y porcentajes que se han obtenido por medio de la elaboración de una encuesta.

1.10.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

En este estudio se consideró a una población de 90 ciudadanos en las que se destaca la participación de hermanos ecuatorianos, venezolanos y colombianos, utilizando como método una encuesta formada por 10 preguntas.

CAPITULO II.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DESARROLLO DEL CASO

Con la presente investigación se desarrolló un análisis del periodismo deportivo digital en la transmisión de contenidos en el medio social YouTube, examinando diversos puntos de vista para verificar de qué manera influyen en la ciudadanía y como mejorar la forma de transmitir sus comentarios y contenidos. En la actualidad la sociedad está siendo influenciada por los diferentes medios sociales y en especial en lo cibernético, que es lo que hoy en día está siendo el que evoluciona constantemente, siendo este el caso de YouTube por sus miles de canales de diferentes programaciones en la que se destaca el deporte.

Se utilizó un método cualitativo para determinar la relación que asemeja a las variables, y a la misma vez el método cuantitativo basándose en la recolección de datos, números y porcentajes mediante la técnica de encuesta, aplica a un grupo determinado de ciudadanos, para conocer sus opiniones sobre el periodismo deportivo digital y la influencia que estos les transmiten por medio de YouTube.

2.2. SITUACIONES DETECTADAS

Mediante la encuesta se ha detectado que el periodismo deportivo de nuestro país al momento de emitir un contenido en YouTube se enfoca más a un deporte en específico, siendo esta disciplina deportiva la misma en ser transmitida siempre. La influencia que se transmite es secuencial al igual que cualquier otro medio de comunicación en sus diferentes actividades desarrolladas.

La creación de canales digitales por personas que no han estudiado o que no se encuentran especializadas en las diferentes disciplinas deportivas que estos irrumpen, y sobre todo la falta de argumentos que tienen al momento de emitir un criterio. El periodismo deportivo digital en YouTube constantemente recurre a métodos que los ayuda a mantenerse vigente ante la sociedad, por ende, tratan de transmitir confianza y credibilidad al interactuar con sus seguidores.

2.3. SOLUCIONES PLANTEADAS

Se sugiere la creación de canales digitales que se encarguen de transmitir las diferentes disciplinas deportivas que se practican en nuestro país y para ello se debe disponer de un personal capacitado que ejecute las coberturas deportivas y transmita una información veraz.

Es necesario fomentar mediante talleres la preparación para el buen manejo de los diferentes medios digitales y el uso correcto de la gramática para emitir un criterio de la mejor manera posible y no generar controversias en lo que se transmite.

Conservar los métodos utilizados para mantenerse vigentes ante sus seguidores, transmitiendo esa confianza y seguridad que les ayude a sobresalir más que cualquier otro medio deportivo.

Realizar seminarios relacionados a periodismo digital y la manera de interactuar con la sociedad para un mejor desarrollo y crecimiento de la labor periodística.

CONCLUSIONES

- Concluida esta investigación se pudo analizar que el periodismo deportivo digital si influye en la ciudadanía mediante la emisión de contenidos en el medio social YouTube.
- El periodismo deportivo digital se ha consolidado como una disciplina que traspasa fronteras, sin importar raza, etnia, ni color.
- YouTube se destaca por su cobertura mundial y la forma rápida de transmitir sus contenidos para que estos sean visualizados por sus seguidores y así se mantengan informados.
- El periodismo deportivo digital en YouTube cuenta con gran porcentaje de confiabilidad al momento de que sus usuarios divulgan una información.
- El periodismo deportivo de nuestro país se centra en una disciplina deportiva, en específica el Fútbol.

RECOMENDACIONES

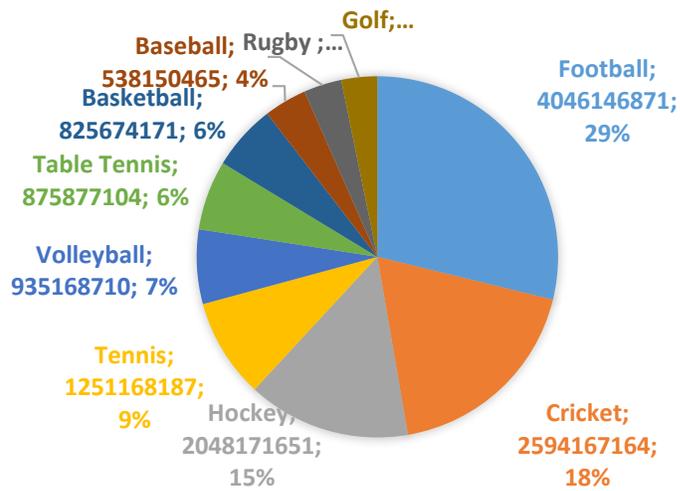
Se recomienda crear canales deportivos digitales nacionales en las diferentes plataformas de redes sociales como Facebook lite, Twitter e Instagram y que son intervenidas por profesionales de la comunicación que se encargan de transmitir las diferentes disciplinas deportivas que se desarrollan en nuestro país. A su vez realizar talleres para el manejo eficaz de los medios sociales y un correcto uso dialectico al emitir criterios con un estilo propio al momento de compartir un contenido, esto ayudaría a que las personas sean reconocidas por su labor profesional y por ende por sus partidarios.

Bibliografía

- Amerike. (02 de 07 de 2019). *Qué es el periodismo digital*. Obtenido de Amerike:
<https://amerike.edu.mx/que-es-el-periodismo-digital/>
- Benites, P. A. (s.f de s.f de 2020a). *YouTube como plataforma de difusión de contenido futbolístico en el Ecuador*. Obtenido de Dspace Utb:
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8769/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000287.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benites, P. A. (s.f de s.f de 2020b). *YouTube como plataforma de difusión de contenido futbolístico en el Ecuador*. Obtenido de Dspace: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8769/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000287.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ecuador Noticias. (23 de 12 de 2020). *¿Cuál es el deporte más practicado en Ecuador?* Obtenido de Ecuador Noticias: <https://ecuadornoticias.com/cual-es-el-deporte-mas-practicado-en-ecuador/>
- El Universo. (02 de 06 de 2017). *La pelota nacional, un juego que no desaparece en Ecuador*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/06/02/nota/6210265/pelota-nacional-juego-que-no-desaparece/>
- López, B. (05 de 04 de 2021). *Qué es YouTube, cómo funciona y qué te puede aportar*. Obtenido de Ciudadano 2.0: <https://www.ciudadano2cero.com/youtube-que-es-como-funciona/>
- Mosquera, J. (s/f de s/f de 2016). *Análisis del periodismo deportivo digital en la red social twitter; el uso estratégico de los profesionales de la comunicación deportiva en el tratamiento, la manipulación y difusión de contenidos de la información deportiva al público 2017*. Obtenido de Repositorio Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18590/1/JAVIER%20OSWALDO%20MOSQUERA%20VARELA.pdf>
- Párraga, M. (s/f de s/f de 2016). *“El rol del periodista deportivo y su influencia en la práctica del deporte en el Cantón Quevedo”, año 2016*. Obtenido de Estilos del periodismo deportivos en el país:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14884/1/TESIS%20MARLON%20P%c3%81RRA%20GA.pdf>
- Ucha, F. (S/D de 05 de 2015). *Periodismo Deportivo*. Obtenido de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/deporte/periodismo-deportivo.php>

Anexos

DEPORTES MÁS POPULARES A NIVEL MUNDIAL



Encuesta al Sr. Cristian Loor



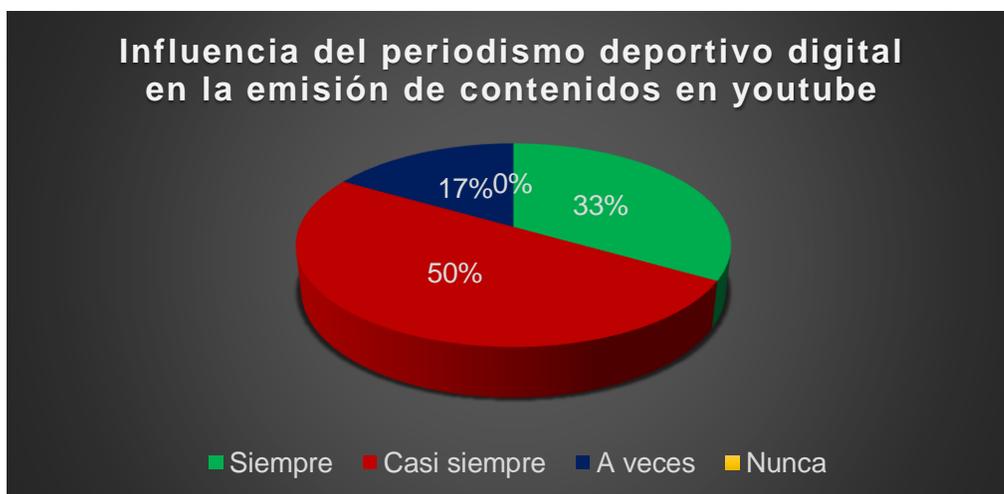
Encuesta al Sr. Jhon Tuarez

1) ¿Cree usted, que el periodismo deportivo digital influye en la emisión de contenidos en YouTube?

Tabla 1 – Pregunta 1

Variable	Cantidad	Porcentaje
Siempre	30	33%
Casi siempre	45	50%
A veces	15	17%
Nunca	0	0%
Total	90	100%

Gráfico 2 – Pregunta 1



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

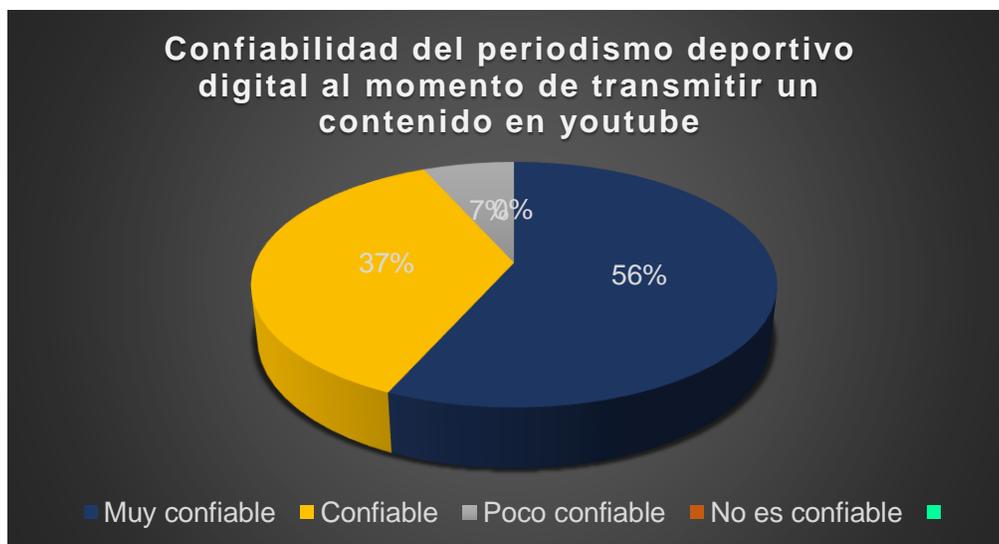
Del 100% de encuestados, el 33% manifiestan que el periodismo deportivo digital siempre influye al momento de transmitir sus contenidos, mientras que otro 50% de los ciudadanos alegan que casi siempre, además de un 17% que indica que a veces y un 0% señalan que nunca. Por lo tanto, se detalla que la mayor parte de la población encuestada manifiesta que casi siempre influye el periodismo deportivo al momento de transmitir un contenido en YouTube.

2) ¿Qué tan confiable cree usted que es el periodismo deportivo digital al momento de emitir un contenido en YouTube?

Tabla 2 – Pregunta 2

Variable	Cantidad	Porcentaje
Muy confiable	51	56%
Confiable	33	37%
Poco confiable	6	7%
No es confiable	0	0%
Total	90	100%

Gráfico 3 – Pregunta 2



*Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos*

Análisis e interpretación de resultados

Según el análisis de las respuestas ofrecidas por los encuestados, el 56% alegan que el contenido emitido por el periodismo deportivo digital es muy confiable, mientras que otro 37% citan que estos contenidos son confiables, además de un 7% que consideran que estos contenidos son poco confiable y un 0% que no es confiable. Esto refleja que la mayoría de encuestados consideran que los contenidos emitidos en YouTube por el periodismo deportivo digital es muy confiable.

3) ¿Piensa usted que el periodismo deportivo digital influye más en YouTube que en otro medio social?

Tabla 3 – Pregunta 3

Variable	Cantidad	Porcentaje
Muy frecuente	4	4%
Frecuentemente	14	16%
Poco frecuente	26	29%
No, en absoluto	46	51%
Total	90	100%

Gráfico 4 – Pregunta 3



*Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos*

Análisis e interpretación de resultados

Luego de la encuesta se muestra un análisis en donde el 4% de los encuestados denotan que muy frecuente piensan que el periodismo deportivo digital influye más en YouTube que en otro medio social, seguida de un 16% que frecuentemente lo piensan, mientras que otro 29% manifiestan que poco frecuente y el 51% restante revelan que no lo piensan en absoluto. De esta manera concluimos que, la mayoría de personas encuestadas no piensan en absoluto que el periodismo deportivo digital influya más en YouTube que en otro medio social y por lo tanto este se mantiene de una manera neutral al igual que cualquier otro medio convencional.

4) ¿Considera usted que los periodistas deportivos utilizan de manera correcta los medios sociales al momento de interactuar con la sociedad?

Tabla 4 – Pregunta 4

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	59	66%
No	0	0%
Tal vez	31	34%
Total	90	100%

Gráfico 5 – Pregunta 4



*Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos*

Análisis e interpretación de resultados

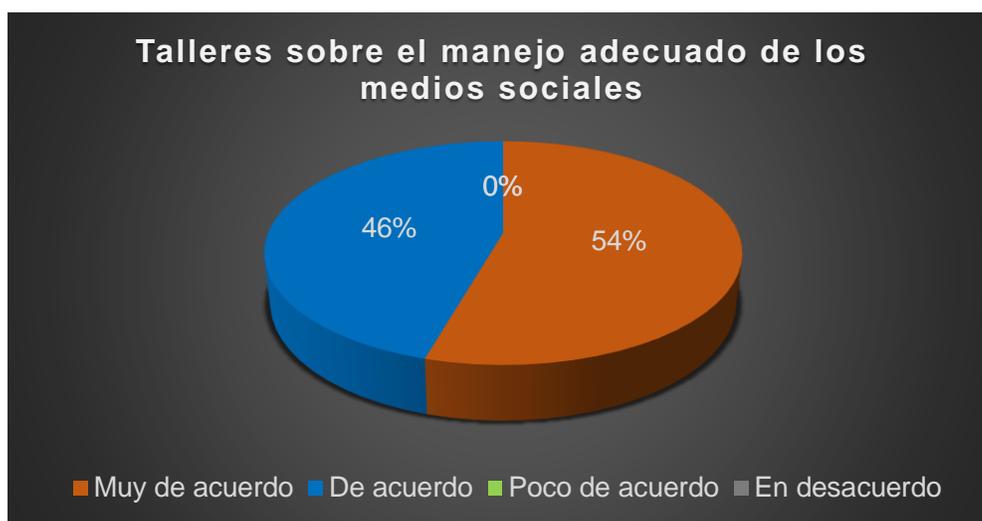
De los ciudadanos encuestados, el 66% confirman que los periodistas deportivos utilizan de manera correcta los medios sociales al momento de interactuar con la sociedad, mientras que un 34% manifiestan que tal vez lo hacen de manera correcta y un 0% que no. Más de la mitad de los encuestados están de acuerdo en que los periodistas deportivos hacen un buen uso de los medios sociales.

5) ¿Está de acuerdo en que se desarrollen talleres para el manejo eficaz de los medios sociales?

Tabla 5 – Pregunta 5

Variable	Cantidad	Porcentaje
Muy de acuerdo	49	54%
De acuerdo	41	46%
Poco de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Total	90	100%

Gráfico 6 – Pregunta 5



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

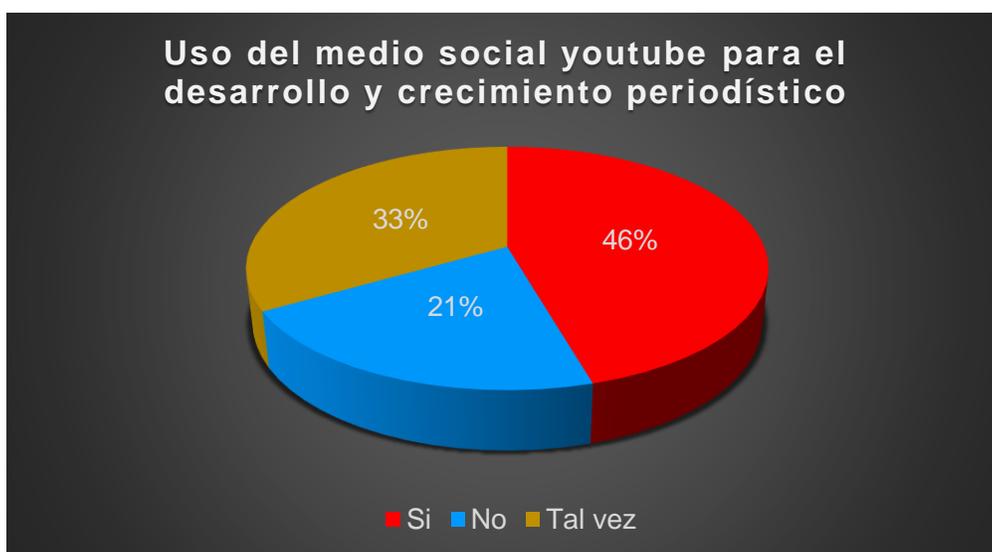
Luego de la encuesta se ha llegado a la conclusión que los ciudadanos están muy de acuerdo en un 54% en que se brinden talleres sobre el manejo adecuado de los medios sociales, un 46% están de acuerdo, mientras que un 0% están poco de acuerdo y otro 0% en desacuerdo. El buen uso que se le pueda brindar a estos medios es de vital importancia, un mal uso de las mismas es un factor que trae muchas consecuencias a la sociedad en general.

- 6) **¿Considera que es importante el uso del medio social YouTube para el desarrollo y crecimiento de la labor periodística?**

Tabla 6 – Pregunta 6

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	41	46%
No	19	19%
Tal vez	30	33%
Total	90	100%

Gráfico 7 – Pregunta 6



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

El gráfico indica que un 46% de la población encuestada considera que es necesario el uso del medio social YouTube para el desarrollo de la labor periodística, seguido de un 19% que se encuentran en desacuerdo y un 33% que piensan que tal vez sería importante el uso de estos medios para el avance periodístico, concluyéndose que la mayor parte de encuestados están totalmente de acuerdo en que los periodistas utilicen YouTube para su desarrollo periodístico.

7) ¿Cómo calificarías a los medios deportivos digitales de YouTube?

Tabla 7 – Pregunta 7

Variable	Cantidad	Porcentaje
Excelentes	14	16%
Muy buenos	31	34%
Buenos	40	44%
Malos	5	6%
Total	90	100%

Gráfico 8 – Pregunta 7



*Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos*

Análisis e interpretación de resultados

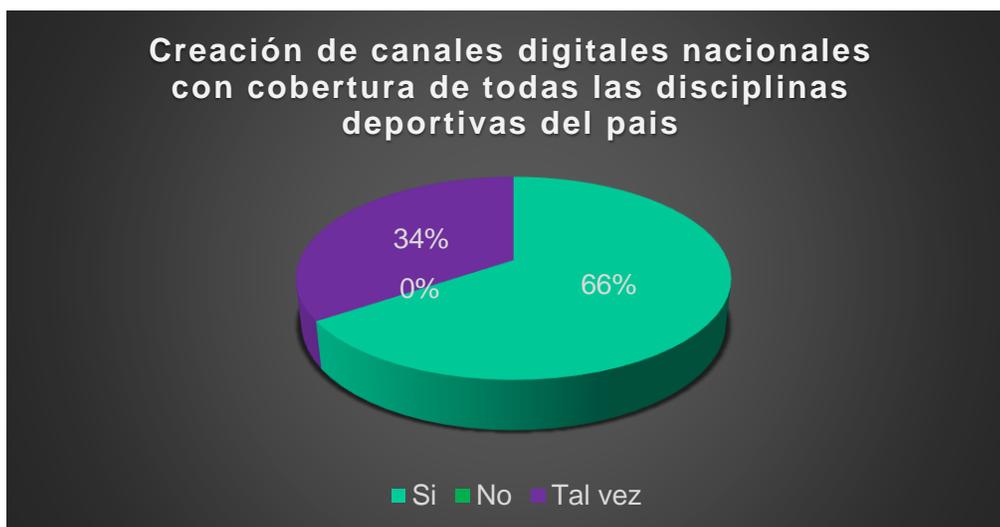
Tomando como referencia la pregunta de cómo calificarían a los medios deportivos digitales de YouTube, el gráfico nos indica que el 16% de los ciudadanos encuestados los califican como excelentes, mientras que un 34% nos hacen conocer que les parecen muy buenos, seguido de un 44% que nos revelan que les parecen buenos y el 6% restante nos denotan que les parecen malo. Es por ende que se deduce que los ciudadanos de este sector encuestado califican con el mayor porcentaje de bueno a los medios deportivos digitales de YouTube.

8) ¿Considera factible la creación de canales digitales nacionales que brinde cobertura de todas las disciplinas deportivas del país?

Tabla 8 – Pregunta 8

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	59	66%
No	0	0%
Tal vez	31	34%
Total	90	100%

Gráfico 9 – Pregunta 8



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

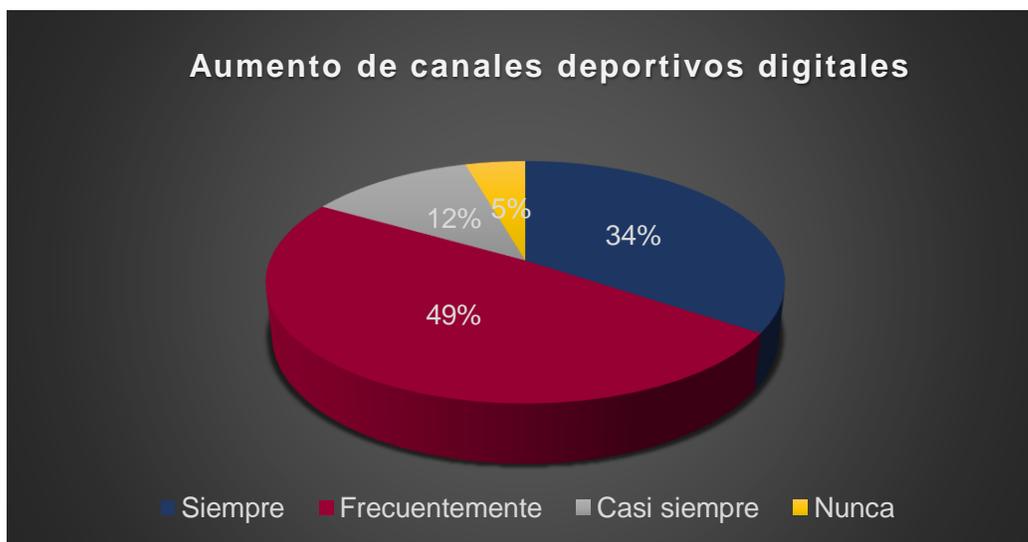
Del 100% de encuestados, un 66% manifiestan que si sería factible la creación de canales digitales que brinde cobertura de todas las disciplinas deportivas que se desarrollan a nivel nacional, un 0% que no y el otro 34% consideran que tal vez sería factible la creación de este canal. Es más que claro que la ciudadanía apoya la noción en gran porcentaje de crear canales digitales en YouTube que brinden un soporte primordial en todas las disciplinas deportivas que se practican en nuestro país.

9) ¿Piensa usted, que con el aumento de canales deportivos digitales podría existir una mejor cobertura deportiva?

Tabla 9 – Pregunta 9

Variable	Cantidad	Porcentaje
Siempre	31	34%
Frecuentemente	44	49%
Casi siempre	11	12%
Nunca	4	5%
Total	90	100%

Gráfico 10 – Pregunta 9



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena

Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

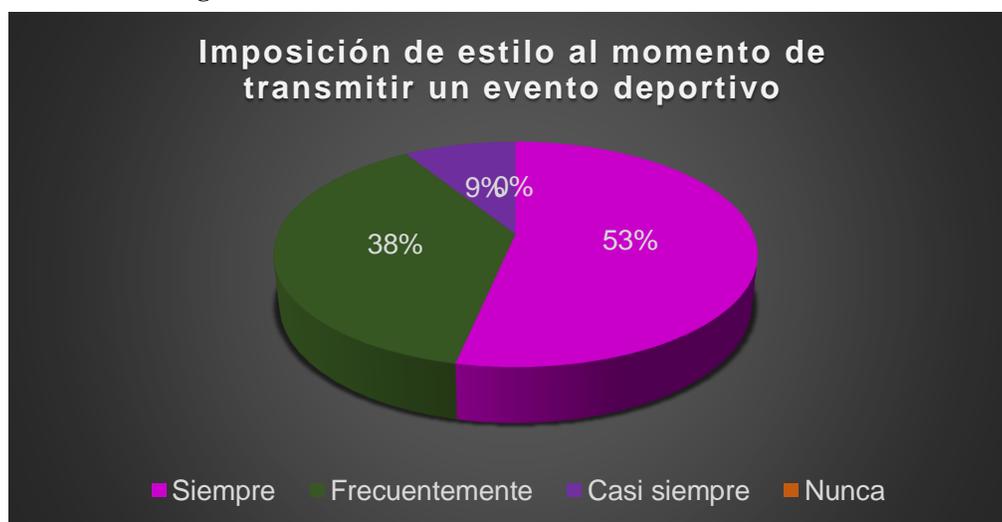
Según el análisis de las respuestas obtenidas de los encuestados, el 34% alegan que con el aumento de canales deportivos digitales siempre existiría una mejor cobertura deportiva, mientras que otro 49% citan que frecuentemente consideran que estaría bien el incremento de estos medios, además de un 12% que consideran que casi siempre y un 5% que nunca. Esto refleja que la mayoría de encuestados consideran que con el aumento de canales deportivos digitales Frecuentemente existiría una mejor cobertura deportiva.

10) ¿Cree usted, que imponer un estilo propio al momento de transmitir un evento deportivo ayudaría a que la persona y el medio en que trabaja sea reconocido?

Tabla 10 – Pregunta 10

Variable	Cantidad	Porcentaje
Siempre	48	53%
Frecuentemente	34	38%
Casi siempre	8	9%
Nunca	0	0%
Total	90	100%

Gráfico 11 – Pregunta 10



Fuente: Encuesta realizada a moradores del sector La Cadena
Elaboración: Neiser Cedeño Cantos

Análisis e interpretación de resultados

Luego de la encuesta palpamos que el 53% de ciudadanos encuestados piensan que siempre hay que tener un estilo propio, además de otro 38% que piensan que frecuentemente está bien imponer su propio estilo, seguido del 9% que piensan que casi siempre y un 0% que nunca. Es por este motivo que se llega a la conclusión de que siempre es importante tener un estilo propio y ser uno mismo en todo momento, esto ayudaría a que la persona y el medio en que el individuo presta sus servicios sean reconocidos.