



**Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar**

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

**Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TEMA:
COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA EN LOS SEGMENTOS
DEPORTIVOS DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Comunicación, cultura y desarrollo sostenible**

AUTORA:

Alisson Valeska Aragundi Cedeño

TUTOR

Lic. John Jairo Reyes Andrade. Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

TEMA:

**COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA EN LOS SEGMENTOS
DEPORTIVOS DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

La suscrita, **ALISSON VALESKA ARAGUNDI CEDEÑO**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1351145824, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: **“COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA EN LOS SEGMENTOS DEPORTIVOS DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS”**, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.

Alisson Valeska Aragundi Cedeño
C.I. 1351145824

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad **Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el ensayo académico, bajo la autoría de la estudiante **Aragundi Cedeño Alisson Valeska** legalmente matriculado/a en la carrera de **Comunicación**, período académico 2024(1) y 2024(2), cumpliendo el total de **400 horas**, bajo la opción de titulación de **Ensayo Académico**, cuyo tema del ensayo es "**Comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos de los noticieros televisivos**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 06 de febrero de 2025.

Lo certifico,



Lic. John Jairo Reyes. Mg.

Docente Tutor(a)

**Área: Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar
Carrera de Comunicación**

AGRADECIMIENTO

Aprovecho esta oportunidad para expresarle mi más sincero agradecimiento. Desde el séptimo nivel académico, no solo ha sido un excelente tutor, sino también un verdadero amigo. Siempre estuvo dispuesto a apoyarme, orientarme y guiarme en cada etapa de este proceso, sin importar el día ni la hora. Su dedicación y compromiso, siempre pendiente de que todo saliera de la mejor manera, han sido fundamentales para que este logro fuera posible.

Su compromiso con mi trabajo no solo se reflejó en su profesionalismo, sino también en su genuino interés por mi desarrollo personal y académico. A lo largo de todo este tiempo, lo he llegado a valorar no solo como mi tutor, sino como una persona íntegra y excepcional, Lic. John Jairo Reyes Andrade, Mg. Le agradezco sinceramente por compartir su conocimiento, paciencia y sabiduría. Sin su apoyo, este logro no habría sido posible.

Quiero manifestarle que mi familia reconoce su gratitud y conocen el impacto positivo que ha tenido en mi vida académica y personal. Lo considero más que un mentor, lo considero un amigo, y me siento verdaderamente afortunada de haber tenido la oportunidad de aprender de usted. Espero poder siempre contar con su presencia y apoyo en el futuro.

ALISSON VALESKA ARAGUNDI CEDEÑO

DEDICATORIA

Lo primero e importante es agradecer a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. Agradezco también a mi mamá, María Verónica Aragundi Cedeño, por su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante. A mi hermano, Kevin Agustín Vélez Aragundi, por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo inquebrantable. A mi abuelita, María Cedeño, por su cariño y enseñanzas en mi vida.

Mi gratitud también va hacia mi tía Lorena Mero Cedeño, quien con su sabiduría y amor siempre creyó en mí. Aunque ya no está físicamente entre nosotros, su presencia y su apoyo continúan guiándome desde el cielo. A mi tía Johanna, por su generosidad al dejarme comida cuando llegaba agotada de la universidad, y a mi tía Susana, por su constante apoyo y cariño, alimentándome con tanto amor después de largas jornadas de estudio y trabajo.

A mi novio, Edilson Alejandro Cabeza Almeida, quien siempre ha estado a mi lado, motivándome y apoyándome en todo momento en mi carrera universitaria, y a mis primos, que a pesar de las bromas de que ahora “parezco influencer”, siempre han creído en mí. A mi papá, cuya presencia ha sido un pilar fundamental en esta etapa.

Mi agradecimiento es también para don Juan Alfonso Pérez, quien, en un momento en que no sabía cómo seguir con mis clases, me brindó su apoyo y me ayudó con una laptop para continuar con mis estudios sin rendirme. A todas las personas con las que trabaja mi mamá, que siempre estuvieron dispuestas a ofrecerme oportunidades laborales para que pudiera estudiar y trabajar. Nunca fue

fácil, pero hoy, con esfuerzo y determinación, puedo decir que he culminado esta etapa universitaria.

Dedico estas palabras a mi sobrina Aina Vélez Holguín, cuya presencia ilumina mi vida y me inspira cada día a seguir adelante, siempre con el deseo de ofrecerle un buen ejemplo y un futuro lleno de oportunidades

Agradezco profundamente a mis amigos: Josselyn Vélez, Valeria Blanco, Hernán Espinales, Oscar Gaona y Luis Franco, por su apoyo constante, su motivación y por siempre estar allí para mí. Gracias a ustedes, nunca me sentí sola en este viaje.

Me siento orgullosa de haber alcanzado este logro, y hoy, además de culminar mi carrera, tengo la dicha de contar con un trabajo que me llena de satisfacción. Agradezco a todos los profesores que a lo largo de estos años nos enseñaron no solo los conocimientos académicos, sino también valores y principios que nos acompañarán siempre. Gracias, especialmente, a Lic. John Jairo Reyes, quien me dio la oportunidad de debutar en televisión. Aún recuerdo esa experiencia con mucho cariño y gratitud, fue algo increíble que me permitió crecer profesionalmente.

Y, aunque algunas personas ya no formen parte de mi vida, quiero agradecerles también, porque en su momento fueron un apoyo importante para mí. Cada uno de ustedes, de una u otra manera, dejó una huella en mi camino.

Gracias infinitas a todos. Hoy celebro este logro, pero también a cada uno de ustedes que me acompañó y me ayudó a llegar hasta aquí. Mi corazón está lleno de gratitud. Espero que mi vida siga avanzando con la misma bendición y amor que he

recibido hasta ahora. Que Dios me siga guiando en cada paso y me permita seguir creciendo, aprendiendo y alcanzando nuevos sueños.

ALISSON VALESKA ARAGUNDI CEDEÑO

Contenido

Resumen.....	10
Abstract	11
Introducción	12
Desarrollo temático	18
Segmentos deportivos	18
Noticias Deportivas:.....	18
Reportajes.....	18
Tertulias y Debates.....	19
Programas de Entrenamiento	19
Comportamiento del periodismo deportivo frente a las noticias	19
Importancia de los segmentos deportivos en los noticieros.....	21
Cobertura de Eventos en Vivo	22
Promoción de Diversos Deportes.....	23
Conocimiento Deportivo	23
Promoción de Valores	23
Noticias deportivas en diferentes países	23
Estrategias de Marketing en las noticias deportivas.....	25
Impacto en la audiencia deportiva.....	26
Conclusiones.....	29
Referencias Bibliográficas	31

Resumen

En el ámbito de los medios de comunicación, los segmentos deportivos de los noticieros han adquirido relevancia, debido al interés y pasión cultural que el deporte despierta en los televidentes. Estos segmentos no solo suministran la información sobre resultados y estadísticas, sino que refleja la cultura y pasión deportiva de la sociedad. Este ensayo destaca la importancia de los segmentos deportivos en los noticieros. Se empleó una metodología que parte de una revisión bibliográfica. Se concluye que, la audiencia en la actualidad requiere de espacios dinámicos en los cuales pueda interactuar de manera constante con la persona que brinda la noticia y la noticia en líneas generales destacando también que en la aplicación de estos espacios se debe abordar temas relacionados al cuidado de la salud y la práctica deportiva.

Palabras claves: audiencia, deportes, noticiero, segmento.

Abstract

In the field of media, the sports segments of the news have acquired relevance, due to the interest and cultural passion that sport arouses in viewers. These segments not only provide information on results and statistics but also reflect the culture and sporting passion of society. This essay highlights the importance of sports segments in newscasts. It is concluded that the audience currently requires dynamic spaces in which they can interact constantly with the person who provides the news and the news in general terms, also highlighting that in the application of these spaces' issues related to care must be addressed. of health and sports practice.

Keywords: audience, sports, news, segment.

Introducción

El estudio del comportamiento de la audiencia en relación al desarrollo de los segmentos deportivos al interior de los noticieros televisivos es apreciado como un tema relevante para la era actual, en la cual se puede apreciar que los medios de comunicación representan un papel fundamental en todo lo referente a la construcción de la realidad social y cultural, por ello se debe reconocer que la televisión, es uno de los principales vehículos de información y entretenimiento, puesto que con sus actividades ha logrado establecerse como una de las fuentes más influyentes en la percepción de las personas sobre los eventos deportivos, tanto a nivel nacional como internacional. (González & Quintas, 2023)

Dentro de este contexto, se aprecia que los noticieros televisivos han sido clave en lo relacionado a la transmisión y popularización de los eventos deportivos, esto mediante la acción de segmentar su contenido con la intención de llegar a una audiencia diversa, la misma que se caracteriza por tener comportamiento y preferencias que son apreciadas al ser el objeto de estudio en esta investigación. En relación al comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos se reconoce que esta no está únicamente determinada por el interés en el deporte en sí, sino por factores sociales, culturales y psicológicos que tienden a influir en la forma en que los televidentes consumen la información deportiva.

En relación a lo expuesto, como antecedente de la investigación realizada, se presenta lo expresado por Quiroz (2022), en el cual dentro de su trabajo académico se menciona la labor ejecutada en los canales televisivos Claro Sports Colombia y Win Sports respecto al tratamiento deportivo en los espacios de noticias, en el cual se pudo identificar la manera de establecer el espacio informativo de los noticieros

deportivos y las influencias que este pueda recibir. Para ello empleó una metodología cuantitativa, para efectuar un análisis comparativo entre ambas cadenas, para así comprender todo lo referente a la situación de los mismos. Lo que concluyó en que la información expuesta por ambas cadenas es incompleta, debido a que muestran una perspectiva sesgada del panorama deportivo debido a los contratos televisivos, el manejo del rating y la falta de preparación de muchos de los mismos periodistas.

Según Gómez et al., (2015), sostienen que la industria televisiva frente a su desarrollo comercial esta en un momento de múltiples cambios, donde uno de los más importantes es el que se plantea frente al consumo de los espacios deportivos dentro de los noticieros. En este sentido, se resalta, por un lado, la aparición de una gran variedad de dispositivos destinados para consumo de programas de televisión en movilidad, generando así que la audiencia pueda acceder a la noticia al instante, brindado así a la televisión tradicional una nueva dimensión en la que involucra a las redes sociales.

En relación al contexto nacional se puede observar en el estudio propuesto por Cedeño (2022), donde sostiene que el periodismo deportivo debe estar dentro de un espacio noticioso que este enfocado en informar los acontecimientos de las distintas ramas del deporte, se evidencia como principal objetivo trabajar en la construcción de un realce e importancia al deporte y sus actores, por ello es importante se destaca que los periodistas tienen en sus manos diversas herramientas que pueden ayudar a resaltar el deporte de forma general, impulsando así la información como cultura para toda la sociedad.

El problema de investigación, parte de la idea que dentro de los medios de comunicación tradicional, se puede observar que la audiencia cambia constantemente

de gustos y preferencias, esto a medida que las redes sociales crean nuevos canales de comunicación entre el espectador y el producto generado de las noticias deportivas, el público espera cada vez más poder influir en la puesta en marcha de los programas y su contenido lo cual no puede ser ejecutado por los informativos de noticias y sus segmentos establecidos para temas del deporte nacional e internacional.

En Ecuador, su población es ampliamente consumidora de los reportajes desarrollados por la comunicación deportiva y su puesta en marcha produce un crecimiento exponencial, tomando en cuenta que ha logrado transformarse en un pilar fundamental para el desarrollo informativo en el ecosistema mediático nacional, todo esto ha obligado a que los periodistas se enfrentan a desafíos significativos que ponen en juego su profesionalismo y preparación académica, debido a que para la juventud actual existe poca relevancia dentro de los espacios de noticias y limita las capacidades de generar acciones para captar la atención de los televidentes y relacionarlos con las noticias deportivas (Morales & Cedeño, 2024).

A través del presente ensayo académico, se pretende profundizar en todo lo relacionado a los factores que condicionan la recepción y el impacto de los segmentos deportivos en la percepción de los televidentes en los noticieros televisivos, con el fin de proporcionar una visión analítica sobre todo lo inmerso en los contenidos contribuyen a la formación de opiniones y actitudes dentro de la audiencia.

La problemática surge debido a que al momento de crear los programas de noticias no se toma en cuenta los elementos que comprenden la digitalización de la noticia, dado que estos fueron exclusivamente pensados con el objetivo de llegar a

la comunidad en general con información que se caracterice por ser veraz y oportuna, en la cual se informe sobre problemáticas de actualidad noticiosa que interesan al público de manera unidireccional, pero en la actualidad se evidencia que la audiencia requiere de espacios dinámicos que les permitan interactuar con las noticias deportivas, lo cual es complicado de realizar dentro de estos espacios. La formulación del problema consiste en resolver:

¿Cuáles son los requerimientos de la audiencia para el desarrollo y consolidación de los segmentos deportivos al interior de los noticieros televisivos?

Como justificación en relación al desarrollo del ensayo académico, es importante abordar el sentido mediático del deporte que cada vez está más fragmentado, debido principalmente a que las plataformas digitales y las redes sociales ganan protagonismo, comprender el comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos de la televisión resulta esencial para los productores de contenido, los anunciantes y los medios de comunicación, tomando en cuenta que estas actividades les permiten adaptar sus estrategias a las nuevas demandas y expectativas del público (Humanes, 2023).

Dentro de los canales de información o llamados medios televisión se puede observar que, el nuevo entorno multiscreen representa una oportunidad para acceder a segmentos de mercado más fieles en temas deportivos, y que por tanto, es necesario que estos medios de comunicación tradicionales frente a la producción de los programas dentro de su estructuración deben tener un enfoque proactivo e incentivar de forma constante a que la audiencia logre participar de manera activa en los espacios deportivos mediante la interacción digital, todos esto permite

aprovechar y conocer la opinión de los televidentes a través de las plataformas digitales (Gómez et al., 2015).

Este ensayo académico, propone, realizar una análisis sobre la evolución de la relación entre la televisión y la audiencia en el ámbito deportivo, para así lograr identificar cómo estos segmentos siguen siendo una pieza clave en la programación de los noticieros, a pesar de los cambios en las dinámicas mediáticas. Los beneficiarios directos de la investigación constituyen la audiencia deportiva, los productores y dueños de los canales televisivos, los cuales requieren que estos segmentos logren llamar la atención de los consumidores, que desarrollan un gran interés por conocer la información deportiva.

Para la ejecución del ensayo académico, se considera de gran relevancia analizar el comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos de los noticieros televisivos. Este análisis es particularmente pertinente debido a la transformación constante de los medios de comunicación en el contexto de la digitalización, la segmentación de contenidos y el impacto de las redes sociales. Todo esto con la finalidad de reconocer que acciones ayudarían a generar un nivel alto de aceptación y de interés por parte de la audiencia para ver de manera permanente los segmentos deportivos dentro de los espacios destinados a la difusión de noticias de manera general.

Para desarrollar el ensayo académico, se consideró oportuno trabajar con una metodología que parte de una revisión bibliográfica, de tal manera que el proceso investigativo tiene como punto de partida la ejecución de un análisis de artículos científicos, tesis, así como también a través de la información publicada por entes estatales oficiales que permitan dar cumplimiento a los objetivos propuestos

relacionados al comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos de los noticieros televisivos.

Se considera que la investigación tendrá utilidad teórica, debido a que para la construcción de este trabajo se recurrió fuentes de información bibliográficas confiables. Mientras que la utilidad práctica se establece de acuerdo con la información que permita construir una solución eficiente al problema investigado.

Desarrollo temático

Segmentos deportivos

Los segmentos deportivos son considerados como espacios que informan la transmisión total o parcial de cualquier tipo de acontecimiento deportivo de interés social, ya sea de manera directa o en diferido, se reconoce que esta forma de transmisión implica analogía de tiempo real, por ello su desarrollo tiene que ser relacionado a eventos deportivos de actualidad (Barrera y Ochoa, 2023).

Por lo tanto, se considera que los espacios destinados para los segmentos deportivos se encuentran relacionados con el comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos, los mismos que por su estructuración presenta un impacto directo en las estrategias publicitarias, de tal manera que los anunciantes se interesan en los datos de audiencia con la finalidad de dirigir sus campañas en función de los grupos demográficos más relevantes.

Es importante tomar en cuenta que, los denominados segmentos deportivos son aquellos programas que dentro de su estructuración televisiva, se tratan de informar temas de la actualidad más inmediata en el campo de los deportes, estos pueden generarse de forma de resúmenes de la jornada o a manera de noticiario deportivo, mediante la realización de programas deportivos que tienen la cualidad de abordar estos temas basados en la estricta actualidad (Cedeño, 2022). Los segmentos deportivos se caracterizan por contener:

- **Noticias Deportivas:** En estos espacios se trabaja con la información actualizada referente a diversos eventos deportivos, resultados, estadísticas y proceso de fichajes.
- **Reportajes:** Dentro de estos espacios los periodistas deportivos trabajan en la profundización en historias y temas de amplia

relevancia relacionados con el deporte, mediante la ejecución de entrevistas y análisis.

- **Tertulias y Debates:** Estos son espacios dirigidos a la realización de discusiones y análisis en vivo relacionados a cualquier tipo de eventos deportivos, de la mano de la participación de expertos y también aficionados.
- **Programas de Entrenamiento:** Estas son guías y consejos que periodistas dan mediante la realización de técnicas y entrenamientos específicos para abordar la información en los diferentes deportes.

Comportamiento del periodismo deportivo frente a las noticias

El panorama mundial del periodismo deportivo ha evolucionado significativamente desde sus inicios, pasando de las crónicas escritas en los años 30 a transmisiones globales que marcaron el auge de la televisión en la década de los 60, consolidándose como un medio masivo e influyente en la percepción deportiva. Con la llegada del internet en el año 2000, el periodismo deportivo inició una transición hacia formatos digitales que revolucionaron la forma de informar, permitiendo un acceso inmediato, interactivo y personalizado a los contenidos.

Actualmente, las plataformas digitales y las redes sociales han desplazado en gran medida a los medios tradicionales, brindando a la audiencia la posibilidad de interactuar y participar activamente en la narrativa deportiva. Este desarrollo ha impulsado la popularización del deporte, destacando las habilidades humanas y fomentando valores sociales fundamentales, mientras enfrenta desafíos como la adaptación tecnológica, la saturación de información y la búsqueda de modelos sostenibles en un entorno digital. A pesar de estas dificultades, el periodismo

deportivo sigue siendo un vehículo clave para conectar a las audiencias con los grandes eventos deportivos, confirmando su papel como un pilar en la comunicación global (Nancy Meset, 2022).

La labor del periodista deportivo, se considera que este se encuentra direccionada a cumplir con la acción de informar, entretener y mostrar imparcialidad, sin involucrar preferencias o cualquier forma de fanatismo, dado que su actividad consiste en narrar, describir, relatar o mostrar los acontecimientos del deporte, tomando como elemento principal el mayor nivel de veracidad y precisión posible, así como habilidades y aptitudes al momento de presentar una noticia (Morales y Cedeño, 2024).

En relación con lo expuesto en el párrafo anterior sobre el comportamiento de los periodistas deportivos, es crucial señalar que su labor se fundamenta en un proceso de aprendizaje continuo. Este proceso se basa en el desarrollo de habilidades en la percepción que los periodistas deportivos tienen sobre el cumplimiento de su rol profesional. Dicho rol está estrechamente vinculado con la formación académica que reciben, la cual les permite enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades que ofrece la era digital en Ecuador (Rojas, 2016).

La preparación académica juega un papel clave en la adaptación a un entorno mediático en constante evolución, donde los periodistas deben ser capaces de gestionar, analizar y transmitir información de manera efectiva y actualizada, aprovechando las herramientas digitales disponibles para fortalecer su desempeño.

Por ello se considera que, en el ámbito de la comunicación deportiva en Ecuador este tema presenta una marcada relevancia, tomando en cuenta que ha

venido experimentado un crecimiento exponencial, lo cual obliga a todos los espacios de noticias a incluir como noticia de interés social a los temas deportivos, dado que el deporte es apreciado como un pilar fundamental para la información deportiva mediática nacional, lo cual trae consigo que los profesionales en esta área tengan que abordar de forma directa a los cambios que ponen en práctica su profesionalismo y preparación académica al momento de presentar las noticias de manera adecuada y asertiva (Miranda, 2024).

Frente a las actividades desarrolladas por el periodista deportivo, es significativo destacar que este debe tomar en cuenta a los aspectos inmersos en la realidad social actual, de tal manera que estos segmentos o espacios de información dentro del periodismo logren ser conformados en un entramado híbrido que combine los aspectos relacionados con los conocimientos que los faculten a analizar en materia informativa los procesos inherentes a la comunicación humana y todo lo correspondiente a la incidencia informativa en materia deportiva (Scherman y Mellado, 2019).

Los periodistas deportivos deben considerar los tópicos presentes en el lenguaje y los enfoques, dado que dentro de estos segmentos se debe tomar en cuenta que los verdaderos protagonistas dentro de algún tipo de deporte y la noticia son los deportistas, por lo que es necesario que se sostenga que los periodistas son solo personajes que dentro de espacios masivos deben informar sobre los principales acontecimientos (Ángulo, 2017).

Importancia de los segmentos deportivos en los noticieros

Los segmentos deportivos además de dar información sobre noticias del deporte, son los encargados de informar el desarrollo de una práctica deportiva

regular y esto también tiene un impacto positivo en todo lo correspondiente a la salud mental de las personas que consumen estos espacios, dado que estos logran involucrarse en actividades físicas, vinculando a los jóvenes, que suelen experimentar una reducción del estrés y la ansiedad, lo que contribuye a una mayor capacidad de concentración y enfoque tanto dentro como fuera del entorno social (Quiroz, 2022).

Frente a estos espacios de noticias deportivas dentro de los noticieros se trabaja en que la ciudadanía se informe, con plena identificación del tema, cobertura de eventos, análisis de acontecimientos, por ello su función es tratar de no polemizar, únicamente presentar reportajes sin el ánimo de informar, sobre el cuidado de la salud y el desarrollo común de la información en materia de deportes (Hernán, 2022).

Los noticieros desempeñan un papel crucial en la comunicación, proporcionando acceso a información de interés general. Su importancia es especialmente destacada en la cobertura de eventos deportivos, como los partidos de fútbol, que atraen la atención de millones de personas. Los noticieros se encargan de analizarlos y comentarlos, teniendo la responsabilidad de destacar los valores que el deporte promueve y, al mismo tiempo, señalar sus deficiencias cuando sea necesario (González y Quintas, 2023). Su importancia dentro del desarrollo de la noticia radica en:

- **Cobertura de Eventos en Vivo:** Todo esto frente a la necesidad de mantener al público informado sobre los resultados obtenidos de los eventos deportivos, las estadísticas y las últimas noticias en tiempo real.

- **Promoción de Diversos Deportes:** Esto se debe a que el periodismo deportivo ayuda a generar interés por la amplia variedad de deportes existentes, no solo en los considerados como más populares como el fútbol o el baloncesto, sino también en deportes de menor reconocimiento.
- **Conocimiento Deportivo:** Estos espacios tienen la función de educar al público sobre reglas, técnicas y estrategias de diferentes deportes, lo cual puede mejorar de manera directa a la comprensión y el disfrute del mismo en su calidad de espectador.
- **Promoción de Valores:** Gracias a estas actividades se refuerzan valores positivos vinculados al trabajo en equipo, la disciplina, el respeto y la perseverancia a través de las diversas formas de expresión sobre las noticias deportivas.

Noticias deportivas en diferentes países

El análisis de las noticias deportivas en España y Estados Unidos revela cómo los medios de comunicación digitales de ambos países promueven determinados modelos deportivos, reflejando patrones específicos en la cobertura informativa. Los datos muestran una tendencia marcada hacia la concentración de noticias en un reducido grupo de deportes, con cuatro disciplinas acaparando hasta el 67% de la atención mediática, lo que limita la diversidad de contenidos deportivos accesibles para las audiencias (Jillian, 2023).

Los segmentos deportivos dentro del mundo nacieron no solo con la idea de fomentar la actividad física y el bienestar individual, sino que también pretendieron mediante la difusión de información de interés mundial incidir positivamente en el

desarrollo social, económico y cultural de las comunidades, por ello es importante mencionar que estas acciones impactan en la percepción de las personas frente al desarrollo de las noticias, dado que son eventos que van más allá de la simple práctica de un deporte, al convertirse en herramientas de transformación social que generan oportunidades y mejoran la calidad de vida de las personas (Canavilhas & Giacomelli, 2023).

Hay que considerar que, la evolución llevó a la necesidad de automatizar los procesos mediante la combinación de aplicaciones y algoritmos que aprenden a procesar un gran número de datos e información. En este punto, la inteligencia artificial (IA) emerge como un precioso auxiliar para un periodismo que se ve acelerado por la demanda de los propios usuarios que, equipados con dispositivos móviles con acceso a Internet, han transformado la búsqueda de información en un acto rutinario en el transporte público, en las salas de espera, en los intervalos de las reuniones o en cualquier breve parada de la vida personal o profesional (Quimis, 2024)

Es evidente que, el periodismo deportivo es apreciado como un poderoso medio para contar historias, tomando en cuenta que este se encarga de propiciar la información sobre el mundo del deporte y atrayendo al público de toda Iberoamérica, destacando que esta reflexión académica brinda nociones para que las personas puedan explorar este campo, centrándose con los diversos casos y desafíos a los que se enfrentan los periodistas, debido a que este es un ámbito dinámico, que se encuentra en constante evolución (Toukoumidis, 2023).

La presentación televisiva de segmentos deportivos debe ir más allá de la simple información sobre la práctica de un deporte o información deportiva, al

convertirse en una herramienta poderosa para mejorar la salud física y mental de las personas, al ser accesibles e inclusivos, impactan positivamente en la calidad de vida de las comunidades, brindando un espacio para el desarrollo integral del individuo (Barbosa, 2018).

Estrategias de Marketing en las noticias deportivas

El marketing digital para potenciar los espacios deportivos se ha convertido en una herramienta clave dentro del desarrollo de los deportes de interés mundial, utilizando el deporte como medio para promocionar productos y servicios, mejorar la imagen de marca y atraer clientes. Esta estrategia, que requiere una difusión en medios masivos, aprovecha el poder de atracción del deporte, que genera emociones, valores y sentimientos de pertenencia en los consumidores (Trujillo & Cueva, 2023).

Cabe considerar que, el marketing en el manejo de los noticieros dentro de la industria deportiva abarca diversas estrategias y herramientas que están direccionadas a resaltar la intervención de los deportistas en sus juegos, desde la publicidad tradicional hasta el uso de las redes sociales y el marketing digital, de tal manera que se considera que estas actividades implican la creación de experiencias únicas para todas las personas que participan como seguidores y que requieren de medios de información, tanto en los estadios como a través de plataformas digitales que son propiedad de los canales televisivos (Valdespino, 2018).

Lo expuesto, las estrategias de crecimiento para expandir el marketing deportivo, está abordando la economía digital, tomando en cuenta que esta se centran en la toma de decisiones basadas en datos combinadas con algunas de las acciones creativas que van desde la información manejada como contenido digital, marketing de influencers, medios, eventos, y espacios de noticias, de tal manera que, en este

contexto se ve mediatizado por la competencia y la conectividad, lo cual genera diversos contenidos, siendo las personas los promotores y productores de contenido de la actualidad deportiva (Peña, 2023).

En efecto, uno de los aspectos de mayor consideración por parte de los periodistas deportivos en relación con el marketing en la industria deportiva debe ser los aspectos involucrados en la construcción de una marca sólida, tomando en cuenta que al momento que un noticiero consolida sus marcas deportivas puede generar en sus espectadores la trasmisión de valores como pasión, competitividad y excelencia. Además, deben conectar emocionalmente con los aficionados para que estos puedan fomentar principalmente su lealtad y compromiso (Uyaguari, 2024).

Impacto en la audiencia deportiva

El impacto de los eventos deportivos en la audiencia varía según su escala, pero todos contribuyen de manera significativa al desarrollo social, cultural y económico de las localidades que los acogen. Los grandes eventos, como los Juegos Olímpicos o los Mundiales, generan transformaciones urbanas y un alto impacto mediático y económico, mientras que los eventos de menor y mediana escala, aunque más modestos en alcance, ofrecen beneficios proporcionales más accesibles para localidades pequeñas y medianas (Parra, 2014).

El periodismo deportivo ha sido criticado por su falta de rigor, limitada diversidad de puntos de vista y menor cantidad de información verificable en comparación con otras secciones informativas, como política. Un análisis realizado en Chile sobre noticias de prensa escrita, online, televisión y radio en 2015 (n=2,118) confirma estas percepciones, mostrando que las noticias deportivas tienden a consultar menos fuentes y priorizan roles profesionales relacionados con el

infoentretenimiento y una mirada positiva hacia las fuentes, en lugar de un enfoque crítico. Este panorama plantea desafíos para el periodismo deportivo, al destacar la necesidad de adoptar prácticas más rigurosas, diversificar perspectivas y fortalecer su rol como espacio crítico en la cobertura de temas deportivos y su impacto en la sociedad (Scherman, 2019).

En relación con el impacto de la audiencia deportiva, se puede apreciar que las redes sociales se han convertido en medios informativos poderosos en la era digital. Su creciente popularidad ha llevado a que millones de personas en todo el mundo obtengan noticias e información a través de estas plataformas. La instantaneidad y el alcance masivo permiten que las noticias se propaguen rápidamente, propagándose a audiencias globales en cuestión de segundos (Humanes, 2023).

La audiencia deportiva se refiere al grupo de personas que sigue, consume y participa en contenidos relacionados con el deporte. Esto incluye la visualización de eventos deportivos, la lectura de noticias deportivas, la interacción en redes sociales y la participación en debates y discusiones sobre deportes (Nuñez, 2015).

Es conveniente destacar la participación de las audiencias deportivas, ya que en muchos casos dispone de suficiente base empírica para confirmar que los medios de comunicación y la organización de eventos deportivos de masas contribuyen positivamente en la promoción del deporte. Se trata de un interés por explorar empíricamente la función de promoción atribuida a la popularización del deporte en los medios de comunicación.

En este contexto, es importante aclarar que la promoción del deporte se refiere específicamente a fomentar un aumento en el número de practicantes. En el

ámbito de las políticas deportivas, está ampliamente aceptada la idea de que atraer espectadores tiene una relación positiva con la promoción de la práctica deportiva. Esta perspectiva impulsa a implementar estrategias que no solo busquen aumentar la audiencia, sino también motivar a más personas a participar activamente en actividades deportivas.

Conclusiones

Con relación al comportamiento de la audiencia en los segmentos deportivos en los noticieros televisivos, se logró identificar aspectos que facilitaron el desarrollo de aspectos de gran relevancia para el cumplimiento del presente ensayo académico:

- En relación con el comportamiento de la audiencia en la actualidad requiere de espacio dinámicos en los cuales pueda interactuar de manera constante con la persona que brinda la información deportiva, todo esto frente a la velocidad del procesamiento de la información obtenida de las redes sociales, por ello es importante trabajar en el dinamismo al interior de la presentación de los espacios deportivos, con la intención que estos logren mayor notoriedad entre los televidentes
- El comportamiento de la audiencia deportiva está profundamente influenciado por la capacidad de los medios y los deportes para generar una conexión emocional con los aficionados. Los noticieros deportivos y las estrategias de marketing digital, al consolidar marcas y valores como la pasión, la competitividad y la excelencia, fomentan la lealtad y el compromiso de la audiencia. Este vínculo emocional no solo aumenta la visualización de eventos, sino que también motiva a los aficionados a participar activamente en la práctica deportiva, contribuyendo a la popularización y promoción del deporte en diversos niveles.
- Por otro lado, los periodistas deportivos frente al manejo de la noticia deben considerar factores vinculados al lenguaje, las figuras y los enfoques. Para el desarrollo de los segmentos se debe tomar en cuenta que los verdaderos protagonistas dentro de algún tipo de deporte y la noticia son los deportistas,

por ello es determinante que se logre comprender cómo los televidentes responden a estas emociones, de tal manera que esta permita que los medios puedan crear contenidos que fortalezcan la conexión, lo que fomenta la lealtad y el compromiso con la audiencia.

- Es importante que al momento de aplicar estos espacios se trabaje en abordar temas relacionados al cuidado de la salud y la práctica deportiva, para que así este cumpla un papel de interés por la mejora y el bienestar integral de sus espectadores, todo esto sumado a mantenerse a la vanguardia de la información deportiva desarrollada a nivel local y mundial.

Referencias Bibliográficas

- Ángulo, L. (2017). *PERIODISMO DEPORTIVO. El Fútbol es el Rey*.
https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/6623/1/Periodismo%20deportivo.pdf
- Barbosa, S. (2018). *Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6369972>
- Barrera, J., & Ochoa, R. (2023). Análisis de la evolución del periodismo deportivo cuencano hacia la digitalización como consecuencia de la pandemia Covid 19. *Revista Killkana Sociales.*, 7(1), 41-52 .
 doi:https://killkana.ucacue.edu.ec/index.php/killkana_social/article/view/1169
- Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: estudio en Brasil y Portugal. *Revista de Comunicación*, 22(1).
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332023000100053
- Cedeño, S. (2022). *INFLUENCIA DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN LA FORMACION DE LOS JUGADORES DE BALONCESTO DEL CLUB DEPORTIVO ESPECIALIZADO FORMATIVO CDK "CHICOS DE KRISS" DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2022*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13490/P-UTB-EXTQUEV-COMUNICSOCIAL-000007.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=14&zoom=100,109,142>
- Duque, V., Mancha, D., Ibáñez, S., & Sáenz, P. (2022). Motivación, inteligencia emocional y carga de entrenamiento en función del género y categoría en

baloncesto en edades escolares. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 22(2), 15-32. <https://www.redalyc.org/journal/2270/227074833002/html/>

Gómez, M., Paniagua, F., & Farias, P. (2015). Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. Una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de Comunicación Social* (70), 539-551.

[https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/862/130](https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/862/1308)

[8](https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/862/1308)

González, A., & Quintas, N. (2023). El virus en la pantalla: hábitos de consumo de la audiencia televisiva en España e Italia (2019-2022). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8731415>

Hernán, M. (2022). *Revista Un Caño: Una forma diferente de pensar el Periodismo Deportivo*.

<https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/145055/Tesis.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Humanes, M. (2023). La performance de los roles profesionales en el periodismo deportivo. Análisis de noticias en cuatro plataformas mediáticas en España. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*(38), 113-137.

<https://www.redalyc.org/journal/4761/476174599005/html/>

Jillian, E. (2023). *Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿promoción de la actividad física y el deporte?*

Recuperado el 10 de 01 de 2025, de

<https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/viewFile/300845/390290>

- Miranda, C. (2024). *Transformando el juego: La revolución de la inteligencia artificial en el periodismo deportivo*.
<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/download/5491/5254/23720>
- Morales, R., & Cedeño, M. (2024). El periodismo deportivo y rol de la formación académica en la era digital en Ecuador. *Revista San Gregorio*, 12(2).
<http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/v1n57/2528-7907-rsan-1-57-00073.pdf>
- Nancy Meset. (2022). *Reflexiones sobre periodismo deportivo*. Recuperado el 10 de 01 de 2025, de
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22490/4/Reflexiones%20sobre%20periodismo%20deportivo.pdf>
- Nuñez, F. (2015). *Calidad en contenidos deportivos: análisis en medios digitales en época de fichajes*.
<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/2329/2862>
- Parra, D. (2014). *El impacto de un evento deportivo mediano: percepción de los residentes de la comunidad de acogida*. Recuperado el 10 de 01 de 2025, de
<https://www.redalyc.org/pdf/3457/345732292016.pdf>
- Peña, N. (2023). *ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LAS TRANSMISIONES DEPORTIVAS A TRAVÉS DE STREAMING, CASOLIGAPRO*.
<https://dspace.ucacue.edu.ec/server/api/core/bitstreams/7d491c1f-0f2f-46f2-9eb1-cecb42bddd2f/content>
- Quimis, L. (2024). *Inteligencia Artificial en el Periodismo: Innovación, Ética y colaboración en la creación y verificación de contenidos*.
<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/download/3069/5175/5615>

- Quiroz, L. (2022). *ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE EL TRATAMIENTO DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN CUATRO PAÍSES: ARGENTINA, BRASIL, MÉXICO Y PERÚ*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO:
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5739/1/TIB_QuirozPortalLuis.pdf
- Rojas, J. (2016). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068722.pdf>
- Scherman, A., & Mellado, C. (2019). La performance periodística en la cobertura deportiva: un estudio comparado de televisión, radio, prensa impresa y medios online en Chile. *Palabra Clave*, 22(3).
<https://www.redalyc.org/journal/649/64961259008/64961259008.pdf>
- Toukoumidis, A. (2023). *Periodismo deportivo en Iberoamérica Casos y desafíos*. Universidad Politécnica Salesiana. <http://gamelab.ups.edu.ec/wp-content/uploads/2018/10/2023-07-25-T.-PERIODISMO-DEPORTIVO-EN-IBEROAME%CC%81RICA.pdf>
- Trujillo, h., & Cueva, A. (2023). Estrategias Digitales en redes sociales para aumentar el engagement caso Centro de Educación Física de la ESPOCH. *593 Digital Publisher CEIT*, 8.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9124398>
- Uyaguari, K. (2024). *PROPUESTA DE PLAN DE MARCA PERSONAL DEPORTIVA PARA JOSÉ ANDRÉS SARMIENTO "JAS"*.
<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14240/1/19761.pdf>
- Valdespino, E. (2018). *MARKETING DEPORTIVO EN REDES SOCIALES COMO INFLUENCIADOR DE ESTILO DE VIDA SALUDABLE EN JÓVENES*

MEXICANOS.

https://www.researchgate.net/publication/321487913_Marketing_deportivo_en_redes_sociales_como_influenciador_de_estilo_de_vida_saludable_en_jovenes_mexicanos