

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes
del distrito de Tumbes, 2023**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la
Comunicación

AUTOR:

Bach. Soles Rosales, José Fernando

Código ORCID: 0009-0005-3264-3654

Tumbes, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Ruperto Arroyo Coico (presidente)

Mg. José Martín Mogollón Medina (secretario)

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda (vocal)

TUMBES, 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



**Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en
jóvenes del distrito de Tumbes, 2023**

Declaramos que la tesis es original en su contenido y forma.

Bach. José Fernando Soles Rosales, (Autor)

Código ORCID: 0000-0002-5496-9250

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda (Asesor)

Código ORCID:0000-0003-2754-6129

Tumbes, 2026



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Ciudad Universitaria
Av. Universitaria – Pampa Grande – Tumbes

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los dos días del mes de febrero del dos mil veintiséis, siendo las 11:00 horas; y en modalidad presencial en el Aula 05 de la Facultad de Ciencias Sociales, se reunieron el jurado calificador, designado con **RESOLUCIÓN N° 052-2026/UNTUMBES-FACSO-D, del 30 de enero de 2026**, conformado por Dr. Ruperto Arroyo Coico (Presidente), Mg. José Martín Mogollón Medina (Secretario); y Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda (Vocal); reconociendo de la misma forma, al Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda como asesor, se procedió a evaluar, deliberar y calificar la sustentación de la tesis titulada: **"Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023"**, para optar el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, presentada por la:

Br. José Fernando Soles Rosales

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte de las sustentantes y luego de la deliberación, el jurado, según el artículo 65° del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al **Br. José Fernando Soles Rosales**, APROBADA con el calificativo de BUENO.

En consecuencia, queda EXPEDITO para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 12:20 horas y treinta minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 2 de febrero de 2026.

Dr. Ruperto Arroyo Coico
DNI N° 41650620
Código ORCID: 0000-0003-0576-1872
Presidente

Mg. José Martín Mogollón Medina
DNI N° 43849098
Código ORCID: 0000-0002-5694-0339
Secretario

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda
DNI N° 41650620
Código ORCID: 0000-0003-2754-6129
Vocal



Asesor de tesis

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda

Código ORCID:0000-0003-2754-6129

Jose Fernando Soles Rosales

turnitin INFORME DE TESIS 2024-FERNANDO SOLES ROSALES (1)

Asesoría de tesis 2026 - CC.CC - I

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trnoid::3117582611777

Fecha de entrega

24 abr 2026, 11:09 GMT-5

Fecha de descarga

24 abr 2026, 11:11 GMT-5

Nombre del archivo

turnitin INFORME DE TESIS 2024-FERNANDO SOLES ROSALES (1).docx

Tamaño del archivo

870.2 KB

53 páginas

10.272 palabras

55.300 caracteres




5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

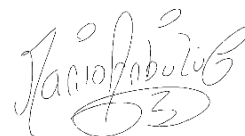
- 5%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Asesor de tesis

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda

Código ORCID:0000-0003-2754-6129

Fuentes principales

- 5% Fuentes de Internet
- 0% Publicaciones
- 2% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	www.untumbes.edu.pe	2%
2	Internet	repositorio.untumbes.edu.pe	2%
3	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de Tumbes on 2025-08-26	<1%
4	Internet	repositorio.uta.edu.ec	<1%
5	Internet	www.mdpi.com	<1%
6	Internet	1library.co	<1%
7	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
8	Internet	shaker.umh.es	<1%
9	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional del Centro del Peru on 2025-12-30	<1%

Asesor de tesis

Mg. Mario Fernando Arbulú Castañeda

Código ORCID:0000-0003-2754-6129

Dedicatoria

A Dios, por su fidelidad y cuidado constante, porque siempre me guardó y sostuvo durante mi carrera universitaria. A mis abuelos Manuela y José, quienes sembraron valores en mi vida; y a mis padres, por su formación que me ayudó a afrontar este desafío.

Gracias por ser mi motivación y alegría.

El autor.

Agradecimiento

Expreso mi agradecimiento a Dios por guiar y proteger mi camino; a mis padres por su formación y cariño; a todas las personas que me motivaron a terminar mi carrera y a mis docentes por la paciencia y aprendizaje que motivó mi vocación profesional.

Gracias, ustedes son parte de este logro.

El autor.

Índice general

	Pág.
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Índice de general	xi
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii
I. Introducción	3
II. Revisión de la literatura	8
2.1. Antecedentes en el contexto internacional	8
2.2. Antecedentes en el contexto nacional	9
2.3. Antecedentes en el contexto local	10
2.4. Percepción de la información deportiva	11
2.5. Dimensiones de la información deportiva	14
III. Métodos y materiales	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Población, muestra y muestreo	19
IV. Resultados y discusión	23
4.1. Resultados	23
4.2. Discusión	45
V. Conclusiones	51
VI. Recomendaciones	53
VII. Referencias bibliográficas	54
Anexos	58

Índice de tablas

		Pág.
Tabla N° 01	Operacionalización de variables	18
Tabla N° 02	División de los jóvenes en un rango de edad entre 18 a 24 años en el distrito de Tumbes, 2023.	19
Tabla N° 03	Distribución de la muestra de los jóvenes entre 18 a 24 años del distrito de Tumbes, 2023.	20
Tabla N° 04	Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023	23
Tabla N° 05	Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.	33
Tabla N° 06	Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.	42
Tabla N° 07	Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, según su género.	23

Índice de figuras

		Pág.
Figura 1	Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.	24
Figura 2	¿Sintoniza Usted el canal 25 para obtener información deportiva?	24
Figura 3	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 le motiva a sintonizarlo con frecuencia?	25
Figura 4	¿Después de observar la información deportiva, se siente motivado a sintonizar el canal 25?	26
Figura 5	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llama su atención?	27
Figura 6	¿Considera que el canal 25 muestra interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?	28
Figura 7	¿Captan tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?	29
Figura 8	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te ha generado experiencias negativas?	30
Figura 9	¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenos?	31
Figura 10	¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?	32
Figura 11	Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores	34
Figura 12	¿Te satisface la información deportiva transmitida que brinda el canal 25?	34
Figura 13	¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?	35

Figura 14	¿Con qué frecuencia recomienda el contenido deportivo de canal 36 25?	
Figura 15	¿Consideras novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?	37
Figura 16	¿Con que reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?	38
Figura 17	¿Le da prioridad a la información deportiva en el canal 25?	38
Figura 18	¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 trasmite información deportiva?	39
Figura 19	¿Información deportiva en el canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?	40
Figura 20	Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.	42
Figura 21	Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, según su género.	43

Índice de anexos

		Pág.
Anexo 1	Matriz de consistencia	37
Anexo 2	Instrumento de investigación aplicado a la muestra de estudio para el análisis de información	38
Anexo 3	Validez de instrumento	39
Anexo 4	Evidencia de encuesta	45

Resumen

La presente investigación titulada “Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023” tuvo como objetivo determinar la percepción de la información deportiva que se difunde a través de Canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, con un diseño no experimental y de corte transversal. La investigación utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 18 ítems validado por juicio de expertos, aplicado a una muestra de 375 jóvenes de entre 18 y 24 años. Los resultados obtenidos indican que la percepción general de la información deportiva es mayoritariamente positiva, con un 44% de los encuestados que la califica como “Excelente” y un 39.47% como “Bueno”. Respecto a los factores intrínsecos (atención, interés y experiencias), el 41.22% mostró una percepción excelente; mientras que en los factores extrínsecos (contenido y mensaje), el 45.77% la calificó como buena. Además, no se hallaron diferencias significativas de percepción según el género, ya que tanto hombres (84%) como mujeres (82%) presentan valoraciones favorables similares. En conclusión, la información deportiva de Canal 25 cuenta con una alta aceptación entre el público juvenil de Tumbes, donde destaca por su capacidad para captar el interés y transmitir contenidos claros, aunque existe un margen de mejora en la profundidad de los contenidos para consolidar una audiencia aún más crítica e informada.

Palabras claves: Percepción, información deportiva, televisión regional, jóvenes, factores intrínsecos, factores extrínsecos.

Abstrac

The present research, titled “Perception of sports information broadcast on Channel 25 among young people in the Tumbes district, 2023,” aimed to determine the perception of sports information broadcast via Channel 25 among youth in the Tumbes district. The study was developed under a quantitative approach, being basic in type, with a non-experimental and cross-sectional design. The research utilized the survey technique and an 18-item questionnaire validated by expert judgment as the instrument, which was applied to a sample of 375 young people between 18 and 24 years old. The results obtained indicate that the general perception of sports information is mostly positive, with 44% of respondents rating it as “Excellent” and 39.47% as “Good.” Regarding intrinsic factors (attention, interest, and experiences), 41.22% showed an excellent perception; while in extrinsic factors (content and message), 45.77% rated it as good. Furthermore, no significant differences in perception were found based on gender, as both men (84%) and women (82%) presented similar favorable ratings. In conclusion, sports information on Channel 25 enjoys high acceptance among the youth audience in Tumbes, standing out for its ability to capture interest and transmit clear content, although there is room for improvement in the depth of the content to consolidate an even more critical and well-informed audience.

Keywords: Perception, sports information, regional television, youth, intrinsic factors, extrinsic factors.

I. Introducción

Este estudio se enfocó en la percepción de la información deportiva difundida por el Canal 25 entre juveniles del distrito de Tumbes en el 2023. Su objetivo principal, consistió en describir cómo los jóvenes locales perciben la información deportiva transmitida por esta emisora televisiva. Se consideró el contexto global, nacional y regional. Se analizaron estos fenómenos comunicacionales en los diferentes ámbitos para comprender el grado de percepción de la información deportiva vertida durante programas televisivos en estudio.

Además de abordar la problemática, se realizó una revisión de la bibliografía pertinente para organizar conceptualmente la variable "percepción de la información deportiva", y reconocer sus dimensiones e indicadores relevantes. Luego, se aplicó un cuestionario a la unidad de análisis correspondiente, la cual abarcó aspectos claves para entender la percepción de la información deportiva en este grupo poblacional.

Según Rosales (2015), la percepción es una facultad crucial en la interacción humana con el entorno y se desarrolla a través de los éxitos y fracasos vinculados al uso de los sentidos para navegar en el entorno, a pesar de las dificultades que esto pueda presentar. Aunque las influencias culturales y las tradiciones transmitidas por el lenguaje pueden impactar a los individuos, estas no los preparan para enfrentar lo nuevo. La capacidad inherente de reflexión y el potencial intelectual, social e histórico de los seres humanos les permiten incorporar gradualmente prácticas al análisis reflexivo, lo que expandió el conocimiento y generó nuevas tradiciones. Este proceso subraya la importancia fundamental de la percepción en la interacción con el mundo y su capacidad para impulsar la transformación a través de la reflexión.

Del mismo modo, según Torrijos (2014), la información deportiva no solo se limita a transmitir eventos y resultados, sino que desempeña un papel fundamental al reforzar la sensación de pertenencia y conexión de los jóvenes con la población. Esta conexión va más allá de la mera observación de los acontecimientos deportivos, dado que la información deportiva permite a

los individuos celebrar los logros obtenidos tanto en disciplinas particulares como en eventos grupales, esto creó un vínculo emocional y de identidad con los deportistas de su región.

La justificación social de este estudio se enfoca en el destacado aporte que realizó al tratamiento de la información deportiva difundida en la casa televisora Canal 25, que busca ser percibida de manera más eficiente y enriquecedora para la audiencia. La importancia radica en la urgencia de elevar el estándar de calidad y la efectividad de la información deportiva transmitida, pues se tiene en cuenta su impacto no solo en la percepción del público, sino también en la formación de una audiencia crítica y bien informada.

En cuanto a la metodología, la investigación adopta un enfoque cuantitativo caracterizado por su naturaleza descriptiva y un diseño no experimental con un corte longitudinal. Esta elección metodológica se fundamenta en la necesidad de recopilar datos numéricos que permitan un análisis detallado de la percepción de la información deportiva. La aplicación de un diseño no experimental asegura la observación naturalista de los eventos, sin intervenciones externas que puedan afectar los resultados. La herramienta principal para recopilar datos es la encuesta y se llevó a cabo a través de la aplicación aleatoria de un cuestionario, dirigido a jóvenes en el rango de edades de 18 a 24 años, residentes en el distrito de Tumbes.

De esta manera, la investigación tiene la finalidad central de determinar la percepción de la información deportiva difundida en el medio de comunicación regional Canal 25. Este estudio se enfoca específicamente, en las emisiones comprendidas entre abril y julio de 2023. En el cual se analizaron los factores intrínsecos y extrínsecos que afectan la recepción de la información deportiva transmitida por este canal televisivo.

Los espacios deportivos en los medios televisivos han cambiado las técnicas y su forma de ofrecer la información, es transcendental el abordaje de la percepción de la información deportiva desde miradas en los contextos: internacional, nacional y local, para examinar desde sus reales dimensiones al rol de quienes ejercen las coberturas informativas orientadas a responder las exigencias de sus audiencias.

En el contexto internacional según Catuto (2013) señala que la información deportiva se ha convertido en el contenido periodístico con mayor influencia a nivel mundial, sea de manera negativa o positiva, dado que existe millones de espectadores a la espera de información deportiva que se comparta en diversos canales de información como los diarios, la televisión, radiofrecuencia, y web. Asimismo, agrega que la ética y la imparcialidad son unos de los temas más debatidos en los periodistas deportivos a nivel mundial, de modo que, muchos de ellos, sean empíricos o profesionales, tienen poco conocimiento en la difusión de información deportiva, porque no solo se trata de cubrir eventos de fútbol, sino también darles valor a otras disciplinas deportivas.

A nivel nacional, Figueroa (2013) señala que “El fútbol es la disciplina deportiva que cataliza todo”, por esto, la definición de periodismo deportivo y la información deportiva que cobertura y trasmite, queda reducido a periodismo que se especializa en fútbol, pues a nivel de comercialización es la disciplina que atrae muchos espectadores y donde se obtiene mayores ingresos publicitarios, y se deja de lado otras disciplinas para evitar generar gastos y pérdidas debido al bajo nivel de interés en los espectadores. Del mismo modo, agrega que existe poco profesionalismo en los programas deportivos nacionales y la información difundida en ellos al poner mayor interés en la vida privada del futbolista profesional y preocuparse muy poco por la calidad de información y del contenido que se comparte al público. Es por ello que, afecta en la credibilidad que se le otorga el espectador a los periodistas e información compartida en estos programas deportivos, que en su mayoría son conducidos por profesionales que solo tiene conocimientos en el fútbol.

En el contexto local, la información deportiva se difunde con mayor continuidad por las redes sociales, donde Facebook es el medio digital por donde se comparte información deportiva. Si hablamos de canales de televisión, en Canal 25 UnTumbes Tv desde el mes de febrero de 2023 emite información deportiva con un segmento los días lunes, miércoles y viernes; y un programa los días viernes por las noches, además de transmisión de algunos partidos de fútbol de las competencias locales. Por otro lado, de cuatro canales regionales de televisión

actuales, solo dos consideran la información deportiva en su parrilla de programas. Sin embargo, es el fútbol la disciplina que tiene mayor cobertura y se olvida las otras disciplinas como el vóley, básquet, levantamiento de pesas, judo, entre otras.

En este estudio se analiza cómo la variable se comporta y se relaciona con las respuestas a las incógnitas planteadas. Entonces, se establece en la representación del problema: ¿Cuál es percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2023?

El contexto teórico de esta investigación se sustenta a través de las contribuciones científicas y bibliográficos relacionados con las dimensiones intrínsecas y extrínsecas de la percepción del periodismo deportivo en los juveniles del distrito de Tumbes. De igual manera, con los resultados obtenidos se contribuye al conocimiento científico y permite el contraste de las teorías, con la finalidad de comprender el desarrollo de las dimensiones de la variable. Para ello, se emplearon técnicas y herramientas adecuadas, lo que posibilitó adquirir un conocimiento detallado sobre la naturaleza del fenómeno bajo investigación.

Por otra parte, la justificación práctica de este estudio se fundamenta a los objetivos establecidos, debido a que con los resultados obtenidos ayudarán a describir la variable percepción de la información deportiva; asimismo, los resultados serán expuestos a los productores del canal televisivo, círculo de periodistas deportivos regionales y a la comunidad universitaria con el propósito de tener eficacia al transmitir la información deportiva.

Igualmente, en el contexto metodológico, la justificación instrumental adquiere un papel crucial al optar por la aplicación de técnicas específicas, como la elaboración de encuestas. Esta elección metodológica no solo se limita a una mera decisión técnica, sino que se basa en la necesidad de recopilar información precisa y exhaustiva que permitan una comprensión profunda de la variable en estudio. La utilización de encuestas se presenta como una herramienta estratégica, ya que no solo posibilita la medición cuantitativa de la variable, sino

que también ofrece la ventaja invaluable de recopilar antecedentes esenciales para futuras investigaciones de carácter descriptivo.

Asimismo, la justificación social de este proyecto se sustenta en la imperativa necesidad de perfeccionar la transmisión de información deportiva dirigida a juveniles de la capital de Tumbes. El objetivo central es que esta información sea no solo recibida, sino también percibida de manera eficiente, reconocida por su relevancia y utilidad para el público destinatario. Este enfoque no se limita únicamente a la mejora de la calidad informativa, sino que busca establecer una conexión más significativa y efectiva entre la emisión deportiva y la audiencia juvenil.

Finalmente, el objetivo general de esta investigación es; Determinar el nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023. Además se plantearon 3 objetivos específicos: Establecer el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023; Describir el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023; Identificar el nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, según su género.

II. Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes en el contexto internacional

Rojas y García (2020) en el artículo científico: "Percepción del periodismo deportivo de datos entre usuarios habituales. Estudio de caso del modelo predictivo de El País para el Mundial de Fútbol de 2018". Con el objetivo de analizar el modelo estadístico de predicción. Para esta investigación, el autor aplicó un cuestionario a 52 estudiantes de periodismo relacionado al deporte y 16 periodistas deportivos de 12 canales de comunicación españoles. Llegaron a la conclusión que, ejecutar estadísticas para predecir resultados en un campeonato deportivo es difícil y se obtiene resultados diferentes entre expertos y estudiantes. Este análisis ejemplifica el crecimiento del periodismo de datos en la predicción de eventos deportivos, aporta a una mejora de la cobertura deportiva.

Chávez (2019) en su estudio: "El periodismo interpretativo y la percepción de las audiencias, respecto a la gestión de fútbol ecuatoriano, a través de la radio deportiva de Ambato". Cuyo fin es analizar el impacto del periodismo de interpretación en la percepción de las audiencias en base a la organización del fútbol ecuatoriano, puesto que, la prioridad es la radio deportiva de Ambato. Estudio mixto con investigación descriptiva, explicativa y exploratoria. Se utilizó como instrumento la encuesta a 272 personas y la observación de 8 estaciones radiales de la zona. El autor concluyó que, los medios radiales no contrastan la información con diversas fuentes, son idénticos en su contenido, son comerciales y tienen poca credibilidad. Esta investigación plantea preocupaciones sobre la falta de calidad, veracidad y compromiso ético en los medios deportivos locales, lo que afecta a la fiabilidad de las audiencias.

Noel (2020) en su estudio: "Factores perceptivos en escalada deportiva". Tuvo como objetivo captar y entender el entorno alrededor de escaladores profesionales. Estudio cualitativo donde se usó como instrumento una batería de test ópticos y un análisis mediante un test de marcha en sitio. Este análisis se realizó a 28 escaladores hombres y 8 mujeres de nivel de escala avanzado y élite. El autor concluye que, escaladores de alto nivel se desempeñan mejor en las pruebas de visión y muestran un mejor rendimiento visual en un campo visual

alto. Este estudio destaca la importancia de los factores perceptivos, especialmente la percepción visual y el equilibrio, lo que da pase a futuras investigaciones sobre posibles adaptaciones inducidas por estímulos perceptivos exigentes en escaladores de alto nivel.

2.2. Antecedentes en el contexto nacional

Dávila (2022) en su indagación: “Análisis de la información deportiva entre el medio impreso y digital del diario líbero en el año 2021”. Cuyo fin fue comparar los datos deportivos de los medios impresos y digitales del diario Líbero. El estudio presentó, una investigación de enfoque cualitativo, de diseño hermenéutico, de tipo aplicada. usó como instrumento; el análisis documental y como técnica; una ficha de análisis. Se analizaron 19 versiones impresas, 19 versiones digitales del medio y 114 redacciones en total. El autor concluye que, el diario Líbero centraliza la información al presentar equipos de la capital, no usa fuentes de información y vende mucho con sus titulares. Este estudio es importante porque fomenta la formación de futuros periodistas deportivos, lo que les permitirá llegar a diversas audiencias a nivel nacional e internacional.

Chinga (2023) en su estudio: “Percepción del periodismo deportivo del programa Pelotazos y Pelotazos de radio Cutivalú en socios del Club Atlético Grau 2020”. Tuvo el objetivo de comprobar la apreciación del periodismo deportivo entre los integrantes del Club Atlético Grau del programa “Pelotasos y Pelotasos”. Investigación de enfoque cuantitativo tipo básica. Se utilizó muestra a 54 personas que respondieron 12 enunciados. El autor concluyó que, el periodismo deportivo puede proporcionar una visión cronológica de los acontecimientos al tiempo que describe la realidad, expresa su opinión, enfatiza la voluntad y reconoce el talento. Este estudio es importante, porque nos demuestra que las coberturas deportivas muchas veces son más que una simple narración de eventos, porque abordan perspectivas, determinación y habilidades.

Moso (2019) en su investigación: “Lenguaje deportivo y la relación con la información futbolística en los programas televisivos de La Luz Deporte, 2018”. Se realizó con el fin relacionar el lenguaje deportivo y los datos futbolísticos. Esta investigación es no

experimental, de corte transversal. Se utilizó como muestra a 132 individuos aficionados del fútbol de Lima y como instrumento de recojo de información se utilizó la encuesta. Así concluye que, la expresión del deporte se relaciona directamente con la variable información futbolística. Asimismo, los informativos televisivos están directamente ligado con la variable comunicación futbolística. Este estudio es importante, porque nos proporciona percepciones valiosas sobre cómo los elementos: lenguaje deportivo, la información futbolística y la comunicación. Con esto, aporta, información valiosa para la mejora los programas deportivos.

2.3. Antecedentes en el contexto local

Peña (2020) en su investigación: “Percepción de la información televisiva local sobre covid-19, en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2020”. Tuvo como objetivo identificar el nivel de percepción de noticias respecto al Covid-19 en juveniles. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo y tuvo un diseño descriptivo, no experimental, transversal, microsociológico y prospectivo. Se empleó un cuestionario como herramienta de recojo de información y una muestra de 150 jóvenes. Según las conclusiones del autor, la mayoría de los jóvenes en el distrito de Tumbes tienen una percepción televisiva positiva, ya que el 87.3% la califica como buena, mientras que solo el 11% la considera regular. Este estudio ayuda a comprender la eficacia de los mensajes transmitidos por la televisión, además, de ser útil para diseñar estrategias de comunicación más efectivas y personalizadas.

Por otro lado, Pérez (2020) en su estudio: “Percepción de la población del distrito de Tumbes sobre la información difundida en la página de Facebook Noticias Tumbes, período mayo – julio, 2020”. Cuyo propósito fue analizar la percepción usuarios de Facebook respecto a noticias de la página Noticias Tumbes. Este estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se adaptó a un diseño descriptivo y no experimental. La herramienta de recolección de datos utilizada fue un cuestionario administrado a 60 usuarios, con edades comprendidas entre 20 y 45 años. Según las conclusiones del autor, el grado de percepción respecto a noticias de la página de Facebook Noticias Tumbes tiene una valoración de no significativo. Esta investigación es

importante para analizar y mejorar la calidad y relevancia del contenido y cumplir con las expectativas la audiencia.

Por último, Waumba (2023), en su estudio: "Percepción de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Tumbes en estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNTUMBES, 2022". Tuvo como propósito evaluar el grado de percepción de la identidad corporativa de la Municipalidad Provincial de Tumbes. Investigación de enfoque cuantitativo, descriptivo y no experimental, usó un enfoque transversal. La herramienta que se usó fue el cuestionario administrado a 122 participantes. El autor concluye que, gran parte de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en Tumbes tiene una percepción regular respecto a la imagen corporativa de la Municipalidad Provincial de Tumbes. También, se identifica que un porcentaje considerable tiene una percepción negativa en la dimensión de identidad institucional y comunicación institucional.

2.4. Percepción de la información deportiva

Es esencial que esta investigación tenga el sustento de teorías relacionadas a la variable de estudio, debido que se alimenta de hallazgos de diferentes autores; del mismo modo, se propone conectar esta investigación con contribuciones bibliográficas, para expandir el significado de la variable y el comportamiento del propósito de investigación.

De acuerdo con Waerk (2010), la definición de percepción se entiende como la habilidad de los seres vivos para adquirir datos acerca de su entorno a través de las respuestas que los estímulos provocan en sus sistemas sensoriales. Esto les facilita interactuar de manera efectiva con su entorno. Para que la percepción sea precisa, el cerebro lleva a cabo un proceso cognitivo respaldado por la experiencia. El logro de este procedimiento se consigue mediante la práctica que le proporciona al cerebro las herramientas necesarias para aprender y almacenar información para su uso posterior.

Asimismo, según el planteamiento ecologista de Gibson (s.f. citado en Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, s.f.), se define a la percepción como un procedimiento

sencillo, donde la información se encuentra en el estímulo y no necesita de procesos mentales intrínsecos posteriores. Esto plantea que en las normas naturales inferiores de cada organismo están las claves sabias de la percepción como forma de supervivencia, por ello, el cuerpo humano solo percibe lo que está en su facultad de aprender y lo que necesita para sobrevivir.

Por lo tanto, la percepción es el procedimiento donde los seres humanos adquieren, describen y entienden los caracteres que proceden a su alrededor a través de sus sentidos. Es por ello, que se estudia en diferentes campos como la psicología y la neurociencia, y es fundamental para entender la manera en que las personas reaccionan y dependen del ambiente que los rodea.

Las características de la percepción según Pidgeon (1998) menciona que la percepción establece opiniones, decisiones y comportamientos, direccionados a quehaceres con derivaciones verdaderas. Sí la percepción dirige los estímulos del ejercicio, entonces, responde a variaciones en el entorno que se pueden evaluar para obtener conocimientos de objetos y asuntos externos a través de los sentidos.

Asimismo, según Roca (1991), existen 3 tipos de percepción: Primero, percepción biológica, es aquella que refiere que la percepción describe la limitación como la reacción de lo aprendido o construido. Se toma en cuenta las asociaciones que cada ser humano puede sufrir, tener apego o miedo a algo o alguna situación depende de un fenómeno que tiene una reacción biológica, esto normalmente se refiere a determinaciones emocionales. Segundo, percepción física, aquella que define el concepto de percepción como un vínculo entre la disposición con la conducta física del objeto y del cuerpo en un espacio y a través del tiempo; y, por último, la percepción social, que es el concepto de percepción con mayor relevancia, pues, se refiere a la puntuación que un ser humano le proporciona a alguna situación social y el propósito de la misma.

Por otro lado, Gibson (1987. Citado en Merchan & Henao, 2011), menciona que la organización de la percepción se describe en cinco procedimientos esenciales como: orientación básica, háptico, del gusto-olfato, auditivo y visual. Estos, desarrollan un trabajo de búsqueda y recopilación de datos.

Martínez (1981), define la información deportiva como un trabajo de una difusión cíclica que está especializada en datos y primicias ligadas al deporte. Asimismo, Esteve & Fernández (1999) nos dicen que la información deportiva se encarga de recopilar todos los datos relacionados al mundo deportivo en todos sus semblantes y jerarquías. Por ello, la información deportiva son las noticias que están relacionadas al mundo deportivo y se indagan, administra, relaciona y se publica en un periodo de tiempo determinado por cada medio de comunicación.

Según Alcoba (2005) describe la fuente de información como el comienzo de una noticia. Asimismo, el individuo que brinda información posiblemente carga algún interés al momento de transmitir un dato. Por lo tanto, el periodista debe tener la capacidad de conocer las razones de cada fuente donde se reciben los datos.

Para Manfredi (2000), las fuentes informativas deportivas se dividen en dos categorías. La primera, se definen como las fuentes se involucran en hechos noticiosos: los periodistas presentes en el evento, los responsables de relaciones públicas de las organizaciones, las oficinas de noticias y los ciudadanos relacionados en el tema; y en la segunda categoría, proporcionan información sobre la construcción de noticias: otros medios, centros de documentación, archivos y hemerotecas.

Además, Rojas (2013) indica que los géneros periodísticos se adaptan a contexto temático, esto quiere decir que va conforme al día, o si hay o no hay torneo, se utilizan unos más que otros. Con esto, se diferencia que entre semana cuando no se disputa ninguna competencia, se observa cuantiosas noticias, entrevistas y reportajes, acompañados de un análisis y juicio de opinión; mientras que, los días que se desarrollan las competencias sobresalen las

crónicas, ruedas de prensa y declaraciones de los autores de los hechos deportivos. Por otra parte, los días anteriores de los encuentros deportivos, se observa las previas, los perfiles, estadística con gráficos o infografía; y en pasados los encuentros le dan cabida a los análisis, estadísticas y opiniones a profundidad de lo ocurrido.

De acuerdo a lo expuesto por Torrijos (2014) la información deportiva tiene la función de reforzar la sensación de pertenencia y conexión con la población, permitiéndoles celebrar los logros obtenidos tanto en deportes particulares como grupales, por los deportistas de su comunidad. Esta actividad periodística genera una integración en la comunidad al resaltar los triunfos de los deportistas que pertenecen a ella.

Por otro lado, Angulo y Moreno (2016) menciona que, la calidad del periodismo deportivo es objeto de críticas, debido a que los profesionales que se dedican a esta especialidad son considerados frívolos, apasionados y con poco interés en cumplir las normas del lenguaje y ética determinada en cuanto a la autenticidad, la comparación de fuentes y separación entre objetividad y juicios de opinión. Se cuestionan las formas utilizadas, se pone en duda de la autenticidad de los datos debido a su apasionamiento y a que no se respetan los principios fundamentales del periodismo en general, como la veracidad, la relevancia, equilibrio, responsabilidad y ética.

Por lo tanto, la percepción de la información deportiva se diferencia entre los seguidores del deporte, los periodistas y los críticos de los canales de información. Algunos lo ven como un campo apasionante y en constante evolución, mientras que otros lo ven como superficiales y como un producto del deseo del público de la cultura popular.

2.4.1 Dimensiones de la percepción de la información deportiva

La variable Percepción de la Información Deportiva posee 2 dimensiones:

Factores intrínsecos

Según D'Agostino (2017) define a los factores intrínsecos de la percepción como los impulsos o estimulaciones. Por ejemplo, cuando el individuo siente hambre o frío utiliza toda su atención en eso y no en lo otro por algún tiempo. Por ello que, presta atención a lo que es de su interés o necesidad, pues, influye mucho en su interés. Además, las valoraciones que hacen a la sociedad comprenden sus emociones.

El motivo, es lo que guía y motiva al individuo, impulsado por distintos factores que se relacionan con sus intereses y objetivos personales. De este modo, las metas individuales varían en función de estos factores. Además, se encuentra la facultad ingénita de los individuos para cubrir tanto sus necesidades físicas como intelectuales, así mismo la atención, es el procedimiento intelectual necesario y fundamental para proceso de recopilación de datos, que tiene de base al sistema neuronal encargado de en los procesos mentales y por último las experiencias son aquellas que se originan a partir de la formade enfrentar diferentes situaciones y cómo el individuo las afronta, lo cual le permite desenvolverse en la vida y relacionarse eficazmente con su entorno.

Factores extrínsecos

Para D'Agostino (2017) los factores extrínsecos de la percepción se refieren a una parte de los receptores sensoriales del cuerpo humano. Un claro ejemplo es que al momento de masticar no logramos percibir el roce de nuestro cuerpo con la ropa que tenemos. Entonces, los hechos que sucedan externo a nuestro organismo son los que establecen el nivel de atención que vamos a prestar. Dicha atención, puede ser sujeta o no y el desarrollo de la percepción claro o confuso.

El contenido, se refiere a las características y naturaleza del estímulo o evento que percibimos, puede ser desde objetos físicos hasta eventos abstractos y tiene un papel fundamental en nuestra interpretación y comprensión de lo percibido. La novedad, Se relaciona con lo nuevo u original de un estímulo. Los estímulos que son diferentes o nuevos a lo que estamos acostumbrados a percibir captan más nuestra atención y pueden generar una respuesta emocional más intensa. La novedad influye en cómo atendemos y procesamos

la información perceptiva. Y el tiempo, es un hilo conductor invisible que teje nuestra experiencia perceptual. Desde la adaptación sensorial hasta la memoria, la atención y el desarrollo personal, el tiempo moldea y es moldeado por nuestra percepción, se proporciona una dimensión dinámica y evolutiva a nuestra comprensión del mundo.

Teoría de la agenda-setting. Propuesta por Maxwell McCombs en compañía de Donald Shaw en 1972, en esta teoría se resalta la influencia de los medios de comunicación para intervenir en la agenda pública al elegir y resaltar determinados temas. Según McCombs y Shaw (1972), los medios no solo cumplen la función de informar sobre eventos, sino que también desarrollan un papel importante en el desarrollo de la percepción pública al determinar qué temas son considerados significativos y relevantes. Este fenómeno sugiere que la atención mediática incide directamente en la importancia que el público otorga a distintos asuntos.

Teoría del uso y gratificación. Según Katz et al. (1973) esta teoría examina cómo las personas seleccionan y utilizan los medios de comunicación para satisfacer necesidades y deseos específicos. Esta teoría se centra en la audiencia como un actor activo en la elección de medios. En lugar de considerar a las personas como simples receptoras pasivas de información, sostiene que las audiencias eligen consumir ciertos medios para obtener satisfacción y gratificación específica, y esta elección está influenciada por sus necesidades individuales y preferencias.

Teoría del framing. Esta teoría se centra en cómo los canales de comunicación seleccionan ciertos aspectos de la existencia y los presentan de manera destacada, lo que influye en la percepción pública sobre un tema. Según Goffman, E. (1974) la selección de marcos o enfoques interpretativos utilizados por los medios para presentar información, destacan ciertos aspectos de la realidad, e influye en cómo se perciben los problemas y eventos, esto puede afectar la interpretación y opinión del público.

III. Métodos y materiales

3.1 Métodos

3.1.1 Hipótesis de investigación

H0: No existe diferencias significativas en la percepción de la información deportiva entre los jóvenes del distrito de Tumbes que consumen el canal 25.

H1: Existen diferencias significativas en la percepción de la información deportiva entre los jóvenes del distrito de Tumbes que consumen el canal.

3.1.2 Definición y operacionalización de variables

Definición conceptual:

Variables: Percepción de la información deportiva. Según Schapals, et ál. (2019), la información deportiva engloba noticias, reportajes, análisis y datos relacionados con el ámbito del deporte. Este conjunto informativo está en constante cambio y juega un papel importante en la colectividad y es una parte integral de la cultura y las comunidades locales.

Definición operacional:

Variable: Percepción de la información deportiva. Se hace referencia a la forma en que los televidentes reaccionan a la presentación de datos relacionados con el ámbito deportivo; por esta razón, en nuestro estudio, utilizaremos la escala de Likert. De acuerdo con Sampieri, et ál. (2014), el Escalamiento de Likert es un conjunto de afirmaciones presentadas para evaluar la respuesta del sujeto en tres, cinco o siete categorías. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es describir la variable en función de sus dimensiones, que incluyen factores intrínsecos y extrínsecos.

Matriz de operacionalización de la variable

Tabla N°1:

Operacionalización de la variable.

Variable	Dimensión	Indicadores	items	Escala de medición
Variable 1: Percepción de la información deportiva.	Factores intrínsecos	Motivo	1,2, 3,	Ordinal
		Atención	4,5,6	
		Experiencias	7,8,9	
	Factores extrínsecos	Contenido	10,11,12	
		Novedad	13,14	
		Tiempo	15,16,17	

Nota: Elaboración propia, enero de 2024.

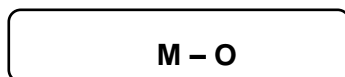
3.1.3 Tipo y diseño de investigación

El presente proyecto de estudio, de finalidad básica, de enfoque cuantitativo y tipo descriptivo. Para Question Pro (2022) es básica porque su objetivo es describir la realidad más que proponer soluciones inmediatas al problema, lo que permite la producción científica de novedosos conceptos al tener la facultad de utilizar una variedad de herramientas de recolección. Además, según Vargas (2009) su enfoque es cuantitativo debido a que, la información recopilada se analizará en cifras numéricas que representarán valores determinados. Asimismo, García (2019) dice que es descriptiva debido a que indagará datos específicos, e información de propiedades de una población determinada.

Este estudio tiene un diseño no experimental, de corte transversal y prospectivo. Según Ramírez (2023) tiene un diseño no experimental debido a que circunscribe a observar y no cambiar las variables, por el contrario, se basa en analizar y registrar los datos. Además,

García (2019) señala que es de corte transversal debido a que la información se recopilará en un intervalo de tiempo y espacio determinado. Asimismo, Mera (2014) propone que es prospectivo debido a una vez iniciado el estudio, la investigación recopilará datos.

Esquema:



Donde:

M = Muestra de estudio

O = Observación sobre la percepción de los estudiantes respecto a la información deportiva del programa.

3.1.4 Población, muestra y muestreo

Según Arias-Gómez et ál. (2016) define población como el conjunto de los componentes que se mencionados en la investigación, estos los elementos a estudiar son de fácil acceso para el investigador. La población del presente estudio está constituida por 11 964 jóvenes pertenecientes al distrito de Tumbes, de edades entre 18 a 24 años, según INEI (2017).

Tabla 2:

División de los jóvenes en un rango de edad entre 18 a 24 años en el distrito de Tumbes, 2023.

Ciudadanos			
Edad	Sexo		Total
	M	F	
18 a 24 años	6 031	5 933	11 964

Nota: INEI, 2017.

Muestra. Viene a ser el grupo significativo del universo a investigar, un grupo representativo del total de la población que el investigador tiene previsto estudiar en su trabajo. (López, 2024).

De este modo, el modelo de la presente investigación se conforma por 375 juveniles pertenecientes al distrito de Tumbes, con un rango de edad entre 18 a 24 años. Se utilizó la siguiente fórmula muestral:

$$n = \frac{N z^2 p \cdot q}{d^2 (N - 1) + z^2 p \cdot q}$$

Donde:

N: Tamaño de la población.

z: Coeficiente de confiabilidad: para un 95% de confiabilidad.

z: 1,96 \cong 2

p: Probabilidad de éxito o proporción de aciertos = 0.5

q: 1 - p

Tabla 3:

Distribución de la muestra de los jóvenes entre 18 a 24 años del distrito de Tumbes, 2023.

Ciudadanos			
Edad	Sexo		Total
	M	F	
18 a 24 años	188	187	375

Nota: INEI, 2017.

Muestreo: De acuerdo con Westreicher (2021), se argumenta que el muestreo es la técnica mediante la cual se selecciona un conjunto de individuos que representan a una población

objeto de análisis. Esto se debe a que las poblaciones suelen ser muy extensas, y resulta impracticable recopilar datos de todos los individuos en su totalidad.

Muestreo por aleatorio simple. Este tipo de muestreo, según Arias y Covinos (2021) señala que este método se emplea principalmente, en investigaciones que utilizan estadística. Además, lo define como el proceso para elegir un grupo representativo de la población estudiada.

Criterio de selección. Los participantes de esta investigación estarán conformados por 375 jóvenes del distrito de Tumbes, con un promedio de edad entre 18 a 24 años. Esta franja de edad se seleccionó debido a su mayor participación en actividades deportivas. Se excluyeron los participantes menores a 18 años y mayores de 24 años.

3.1.5 Técnicas e instrumento de recojo de información

La investigación utilizó la encuesta, al ser esta técnica pertinente para el recojo de información de esta investigación, lo que aseguró la imparcialidad y la credibilidad en función de la variable: percepción de la información deportiva. La encuesta es la técnica de investigación científica más utilizada porque se caracteriza por su agilidad y eficiencia en la recopilación de información (Casas et al., 2003).

Se usará como el instrumento del cuestionario para recolección de información para la presente investigación, dado que garantiza la confiabilidad y eficacia en la ejecución de preguntas necesarias para el estudio del fenómeno observado. Además, el instrumento estará conformado por ítems con una escala ordinal. El cuestionario se basa en los efectivos que son en la organización y formulación de preguntas relacionadas con el problema de estudio (Meneses y Rodríguez, 2016).

3.1.6 Validación y confiabilidad del instrumento

El cuestionario, fue el instrumento que se generó conforme a las dimensiones e indicadores correspondientes a la variable percepción de la información deportiva, Se recogió la información de manera imparcial y confiable. Además, el cuestionario se aplicó a la

población: jóvenes del distrito de Tumbes con un promedio de edad entre 18 a 24 años, en un momento específico y sin repetición.

El cuestionario de la presente investigación se aplicó de forma anónima, y se obtuvo los datos según los objetivos propuestos. Asimismo, para evitar confusiones en las respuestas de los encuestados, se utilizará un formato amigable y claro.

La eficacia está relacionada con la autenticidad que disfruta una herramienta de recolección de información específica. (Salinas, 2012). Por consiguiente, el instrumento fue revisado para garantizar que la información sea confiable mediante un “juicio de expertos”, con 3 especialistas profesionales: un especialista en Ciencias de la Comunicación con un completo dominio del tema bajo estudio, un experto estadista y un especialista en técnicas de investigación.

Se llevó a cabo realizar una fase de prueba inicial para garantizar la fiabilidad del instrumento, lo que permitirá garantizar la distribución y claridad de las preguntas planteadas, así como garantizar la coherencia de los datos. Por consiguiente, se utilizará la inferencia estadística de la escala de Cronbach.

3.1.7 Procedimiento de recolección de datos

Se clasificó la base de información adecuada después de recopilar los datos del cuestionario y se seleccionó una organización en función de las dimensiones e indicadores relevantes. Asimismo, se utilizó el programa Excel 2021 para sistematizar los resultados y mantenerlos en un orden que permita una mayor comprensión.

Además, se realizó un análisis referencial de los resultados obtenidos con el software: el SPSS Ver. 22 con el propósito de crear tablas y figuras estadísticas para la interpretación adecuada de los resultados.

IV. Resultados y discusión

4.1 Resultados

En este apartado, se analizaron los datos recopilados. La información obtenida se interpreta con cuadros y figuras estadísticas para describir los hallazgos y establecer su relación directa con la variable, los objetivos específicos y la hipótesis formulada en la investigación.

Tabla 4.

Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023

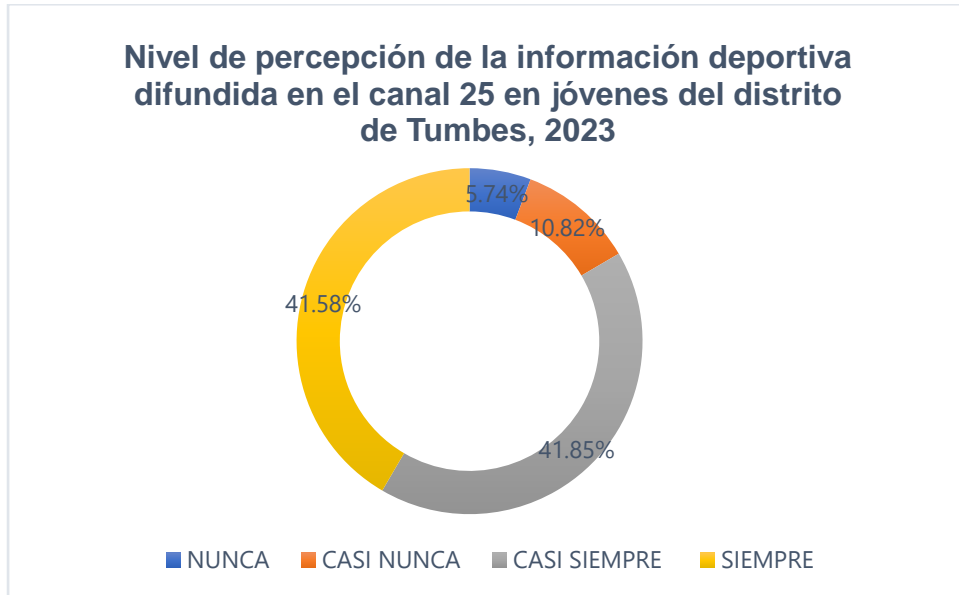
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	fi	fi%
MALO	13	12	12	4	5	12	229	8	8	5	3	9	4	9	13	13	6	365	5.74%
REGULAR	61	34	40	38	31	40	111	17	22	27	29	42	33	23	44	57	39	688	10.82%
BUENO	185	170	162	134	169	132	19	149	167	159	166	166	170	192	169	180	171	2660	41.85%
EXCELENTE	116	159	161	199	170	191	16	201	178	184	158	158	168	151	149	125	159	2643	41.58%
TOTAL	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	356	375	375	375	375	375	375	6356	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes de tumbes – Elaboración propia.

Casi la totalidad de los encuestados reporta niveles de percepción positiva: el 41.85% lo califica como "Bueno" y el 41.58% lo considera "Excelente". En conjunto, estas dos categorías suman más del 83% de las respuestas. Los niveles de menor satisfacción son marginales, con el 10.82% la proporción que manifiesta una percepción "Regular" y apenas el 5.74% la que la evalúa como "Mala".

Figura 1:

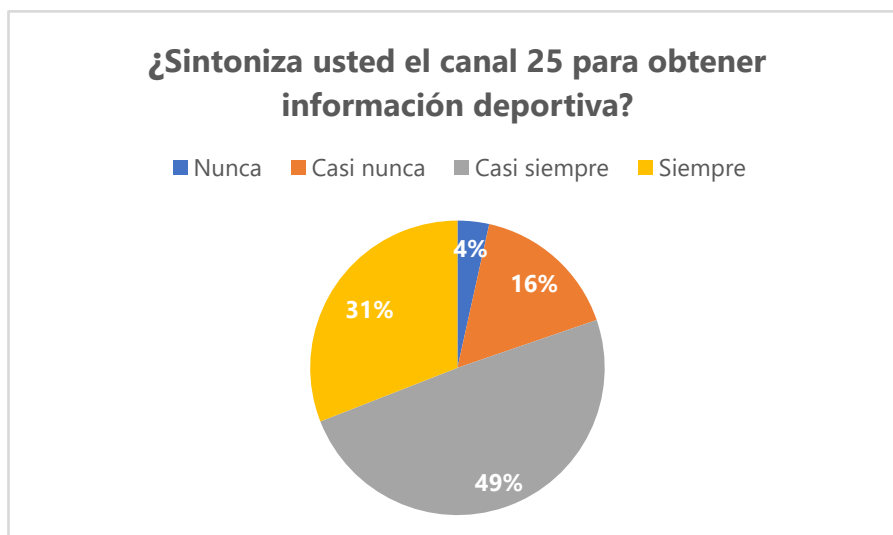
Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.



Fuente: Tabla 4

Figura 2:

¿Sintoniza Usted el canal 25 para obtener información deportiva?

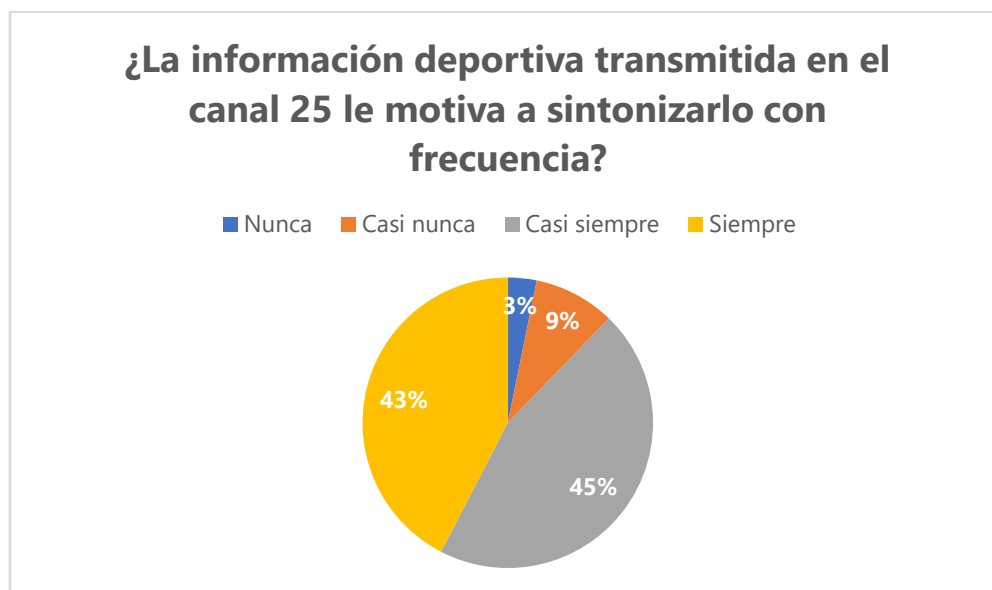


El análisis de la frecuencia de sintonía del Canal 25 para obtener información deportiva revela una audiencia altamente consolidada, donde el **80%** de los encuestados consume el

contenido de forma recurrente. De este grupo, el **49%** afirma sintonizarlo "casi siempre", mientras que un **31%** lo hace de manera constante ("siempre"). Por el contrario, la desatención hacia la programación deportiva del canal es minoritaria, representa solo un **20%** del total, distribuido entre quienes lo ven "casi nunca" (**16%**) y aquellos que "nunca" lo sintonizan (**4%**).

Figura 3:

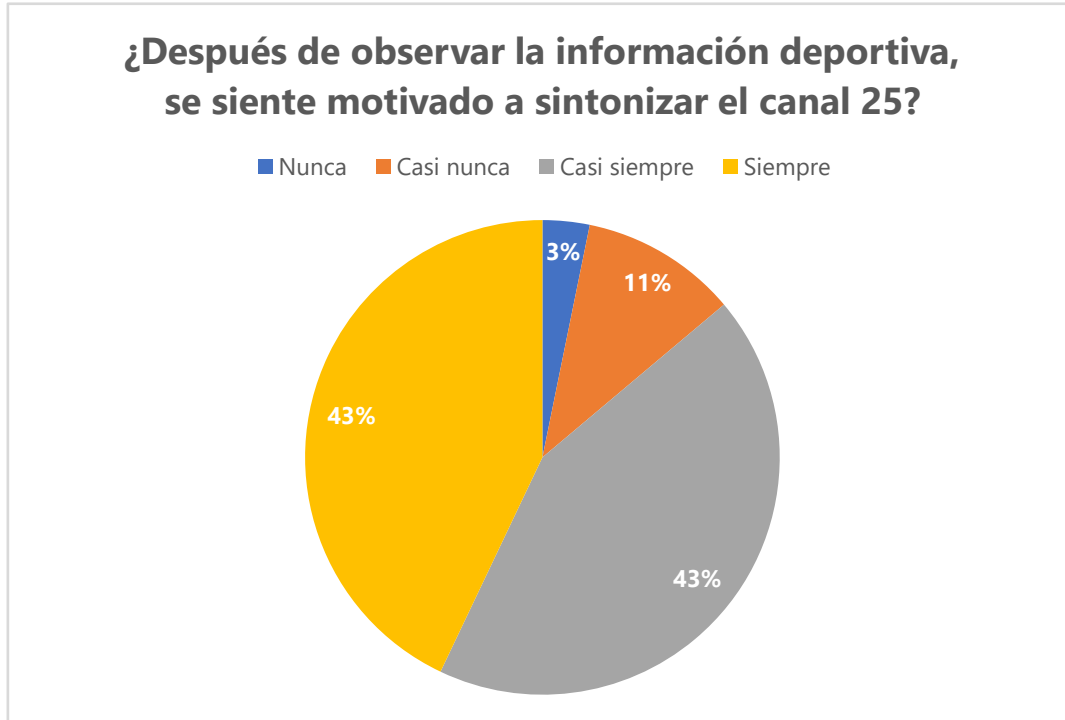
¿La información deportiva transmitida en el canal 25 le motiva a sintonizarlo con frecuencia?



La información deportiva transmitida en el Canal 25 demuestra tener un alto poder, el 88% de los encuestados se siente motivado a sintonizarlo con frecuencia. Esta tendencia positiva se divide entre un 45% que afirma sentirse motivado "casi siempre" y un 43% que lo está "siempre". Por el contrario, solo una fracción mínima de la audiencia muestra falta de interés, con un 9% que se motiva "casi nunca" y apenas un 3% que no siente motivación alguna ("nunca") por el contenido deportivo ofrecido.

Figura 4:

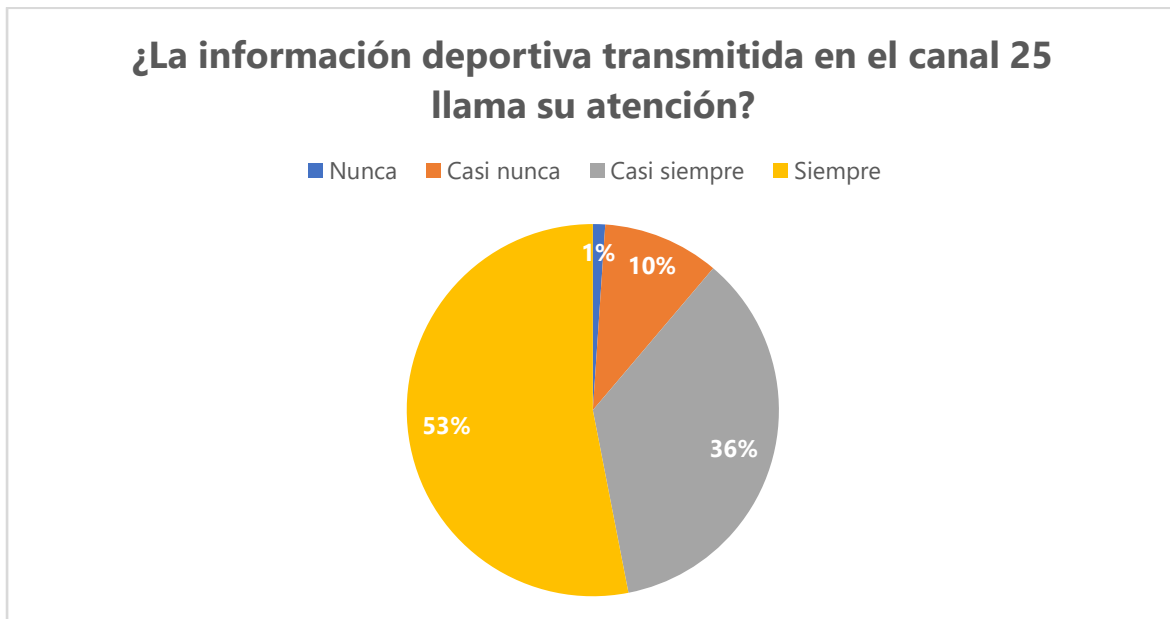
¿Después de observar la información deportiva, se siente motivado a sintonizar el canal 25?



La información deportiva transmitida en el Canal 25 demuestra una alta capacidad de motivación, ya que el 88% de los encuestados manifiesta sentirse motivado a sintonizar la señal con frecuencia. Esta respuesta positiva se compone de un 45% que se siente motivado "casi siempre" y un 43% que lo está "siempre". Por el contrario, solo una minoría del 12% muestra niveles bajos de motivación, dividida entre un 9% que se siente motivado "casi nunca" y un escaso 3% que declara no sentir motivación alguna ("nunca") por el contenido deportivo.

Figura 5:

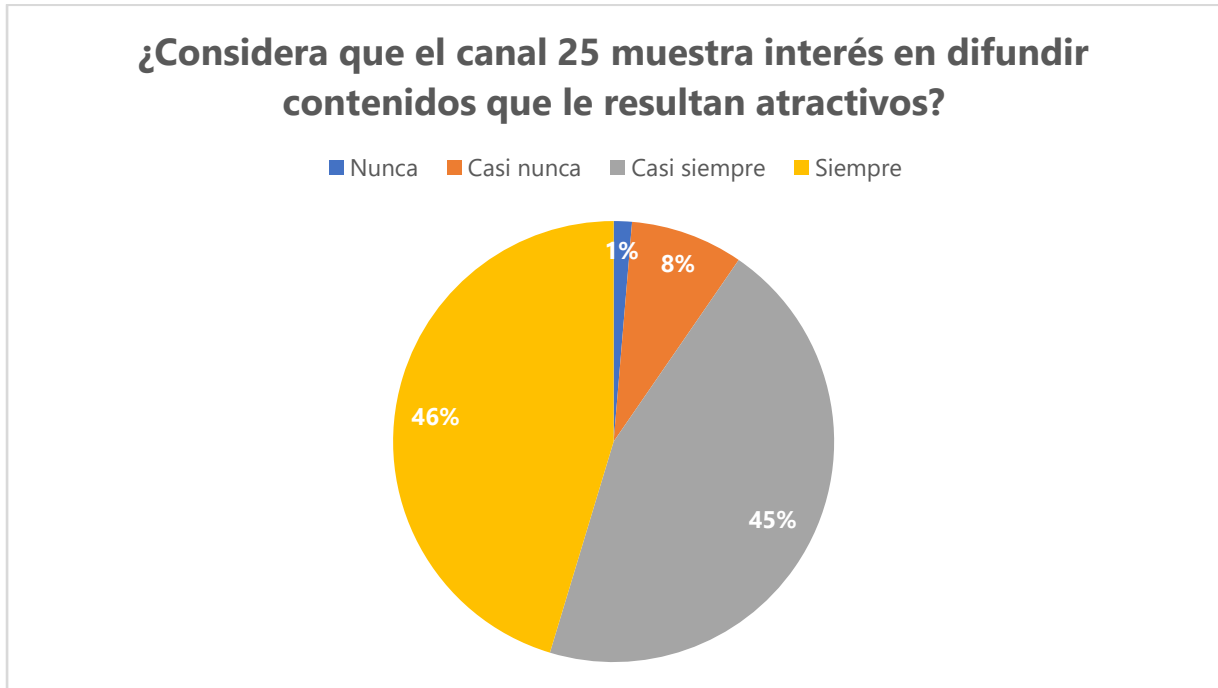
¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llama su atención?



La capacidad de captar el interés de la audiencia por parte del Canal 25 es alta, ya que el 89% de los encuestados afirma que la información deportiva transmitida llama su atención de manera recurrente. Este grupo se divide en un 53% que indica que "siempre" capta su atención y un 36% que lo hace "casi siempre". Por el contrario, solo un pequeño sector de la muestra manifiesta desinterés, donde se suma un 10% que se siente atraído "casi nunca" y apenas un 1% que "nunca" presta atención a dicho contenido.

Figura 6:

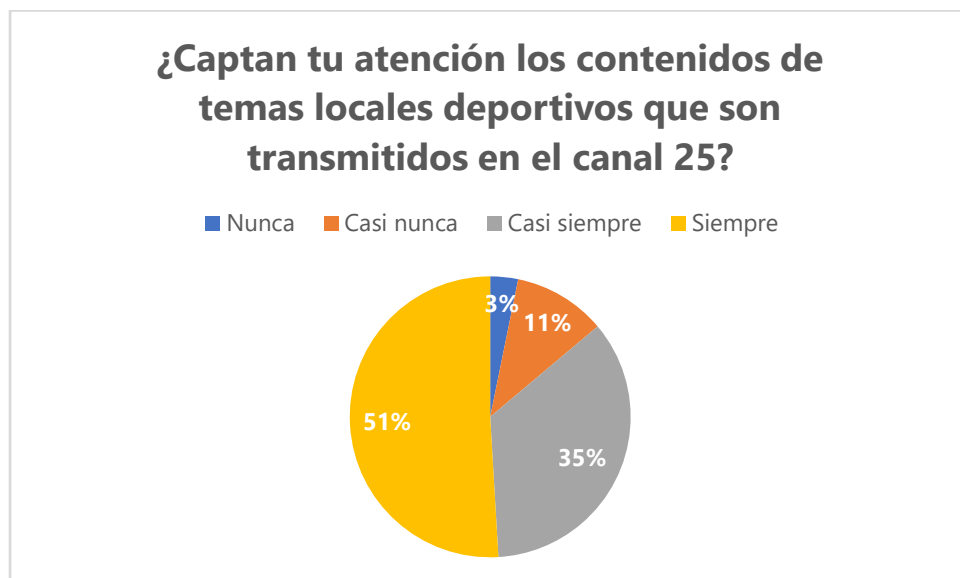
¿Considera que el canal 25 muestra interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?



El 91% de la audiencia considera que el Canal 25 muestra interés en sus preferencias ("siempre" 46% y "casi siempre" 45%). El 8% casi nunca y solo un 1% opina que "nunca" se muestra tal interés.

Figura 7:

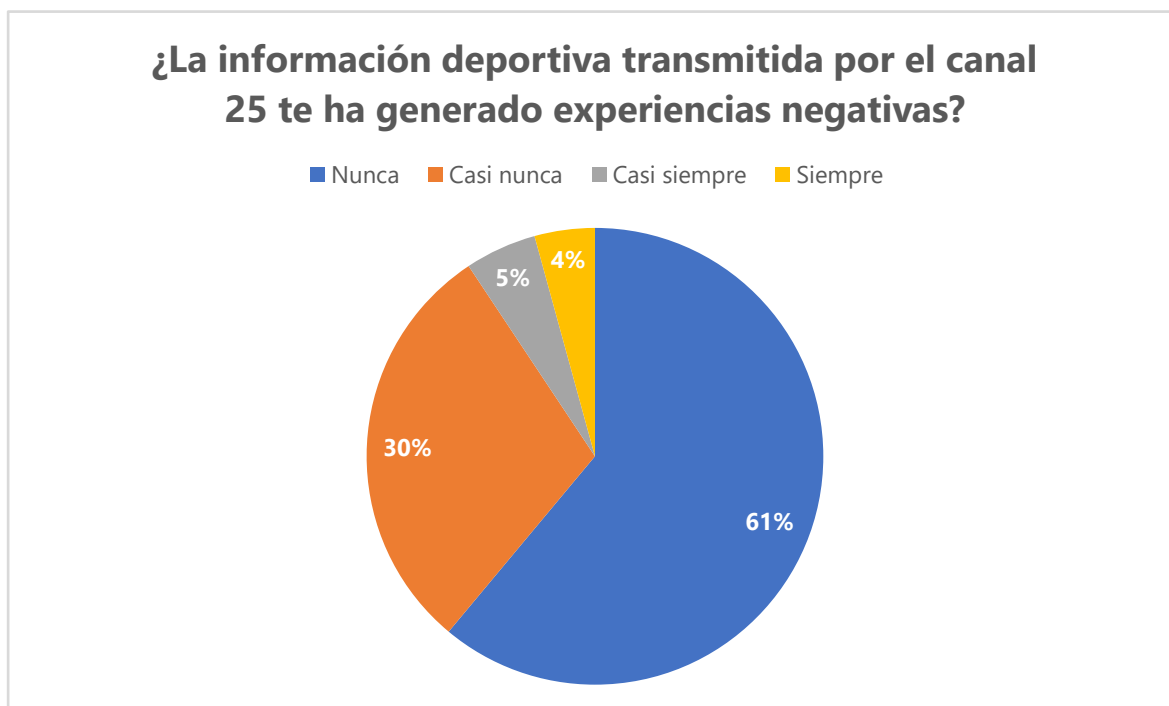
¿Captan tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?



La información deportiva en general es un pilar del canal, al captar la atención del 86% de los encuestados. De este grupo, un 51% afirma que su atención es captada "siempre", un 35% "casi siempre", un 11% "casi nunca" y solo un 3% "nunca"

Figura 8:

¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te ha generado experiencias negativas?



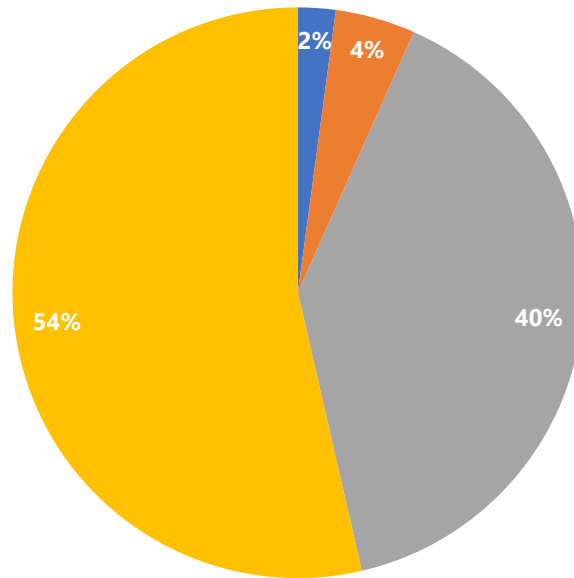
La gran mayoría de los encuestados reporta experiencias satisfactorias, con un 61% que afirma que "nunca" ha tenido experiencias negativas con la información deportiva y un 30% que "casi nunca" las ha tenido, un 5% "casi siempre" y finalmente un 4% "siempre".

Figura 9:

¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenas?

¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenas?

■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



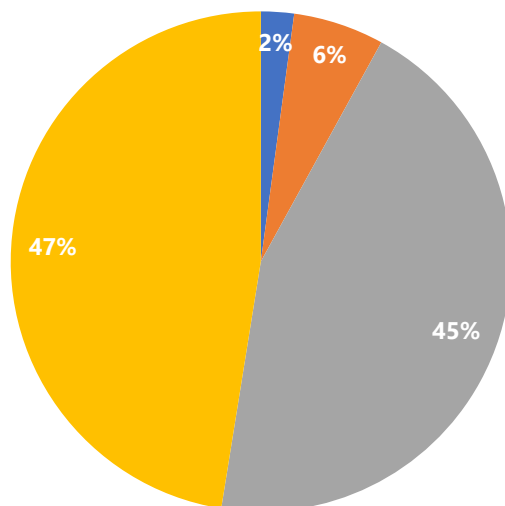
La experiencia de la audiencia con la información deportiva es mayoritariamente satisfactoria, pues se destaca que un 54% de los espectadores la califica como buena "siempre" y un 40% "casi siempre". En contraste, los niveles de insatisfacción son marginales, con apenas un 4% que reporta buenas experiencias "casi nunca" y solo un 2% que afirma no haberlas tenido "nunca".

Figura 10:

¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?

¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?

■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



El gráfico refleja una aprobación hacia los conductores de deportes de Canal 25, con un 92% de opiniones positivas (47% "Siempre" y 45% "Casi siempre"). Por el contrario, solo un 8% de los encuestados muestra insatisfacción (6% "Casi nunca" y 2% "Nunca"), lo que demuestra un sólido desempeño del equipo frente a su audiencia.

Tabla 5.

Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

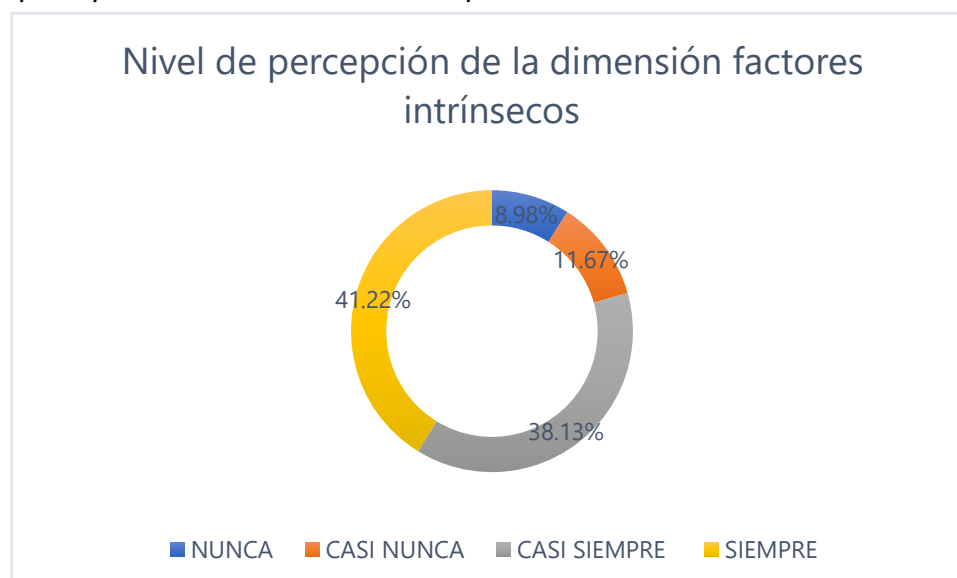
	DIMENSIÓN INTRÍNSECA										fi	fi%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
MALO	13	12	12	4	5	12	229	8	8	303	8.98%	
REGULAR	61	34	40	38	31	40	111	17	22	394	11.67%	
BUENO	185	170	162	134	169	132	19	149	167	1287	38.13%	
EXCELENTE	116	159	161	199	170	191	16	201	178	1391	41.22%	
TOTAL	375	375	375	375	375	375	375	375	375	3375	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes de tumbes – Elaboración propia.

En la tabla 5 muestra que el 41.22% de los participantes manifestó un nivel de percepción “Excelente”, seguido de cerca por el 38.13% que lo calificó como “Bueno”. En contraste, solo el 11.67% registró un nivel “Regular” y una minoría del 8.98% consideró la percepción como “Mala”

Figura 11:

Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos

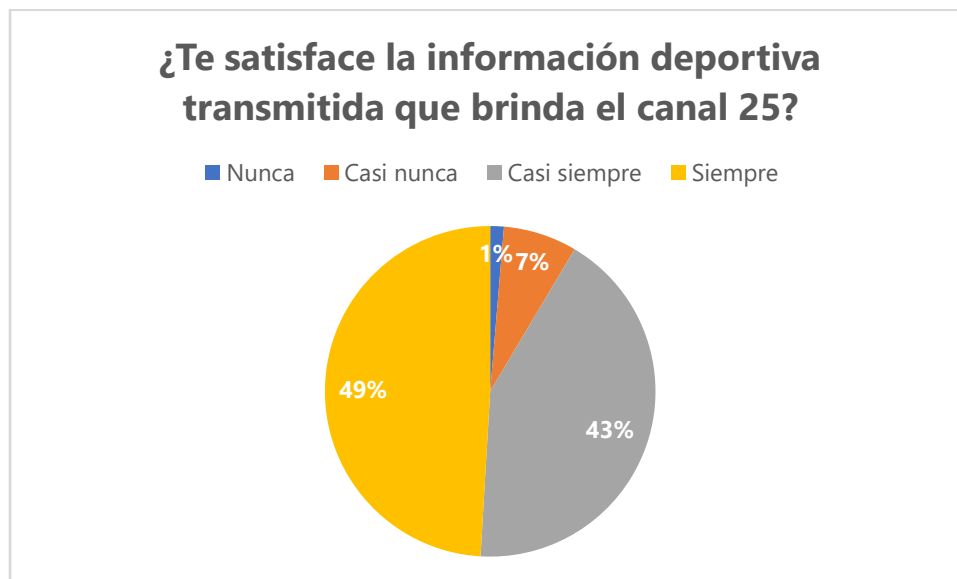


intrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

Fuente: Tabla 5

Figura 12:

¿Te satisface la información deportiva transmitida que brinda el canal 25?



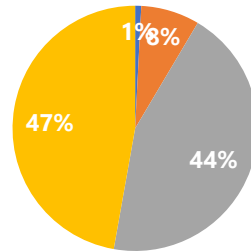
La figura muestra que la información deportiva transmitida por el canal 25 es mayoritariamente bien valorada por la audiencia, ya que el 49 % de los encuestados manifiesta que siempre se siente satisfecho y un 43 % indica que casi siempre recibe información deportiva satisfactoria. Estos resultados evidencian un alto nivel de aceptación y confianza en los contenidos deportivos del canal. En contraste, un 7 % señala que casi nunca se siente satisfecho y solo un 1 % indica nunca, lo que representa un porcentaje mínimo de insatisfacción. En conjunto, los datos reflejan una percepción positiva de la programación deportiva, aunque con oportunidades de mejora para atender a los segmentos menos satisfechos.

Figura 13:

¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?

¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?

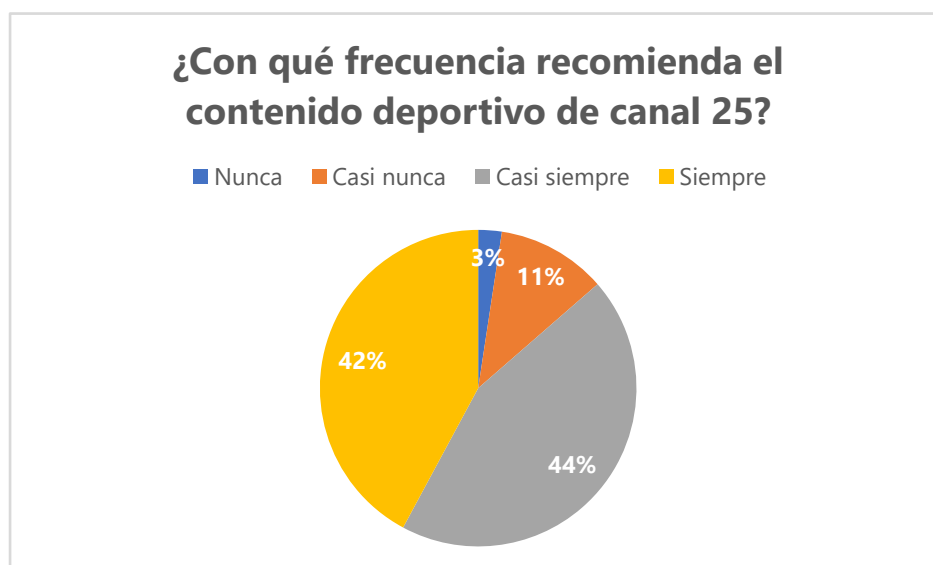
■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



La figura 13 muestra que la mayoría de los encuestados percibe un impacto positivo de la información deportiva del canal 25 en el derecho a estar bien informado, ya que el 47 % considera que siempre influye favorablemente y el 44 % que casi siempre. La opinión negativa es mínima, 8% "Casi nunca" y 1% "nunca", lo que evidencia el rol relevante del canal en la difusión de información deportiva.

Figura 14:

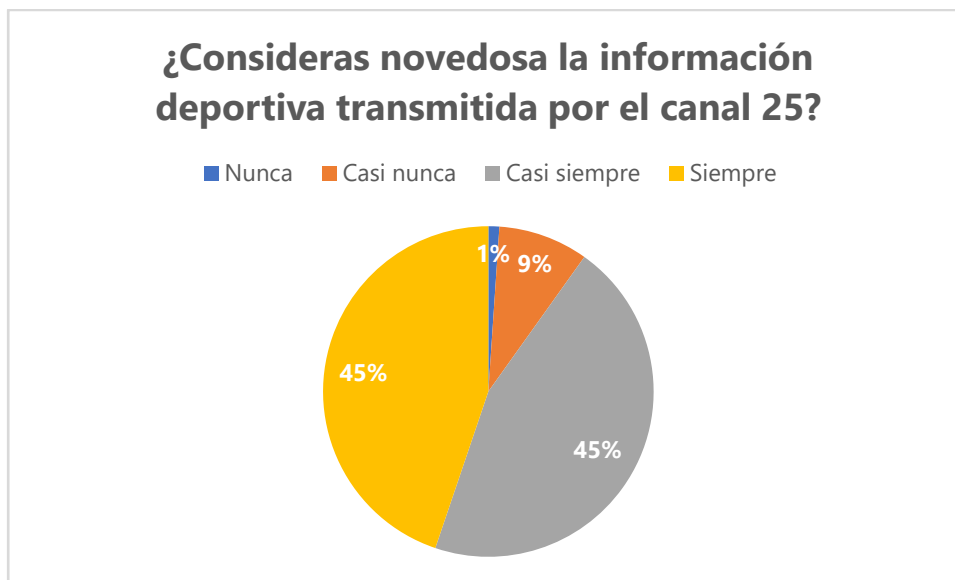
¿Con qué frecuencia recomienda el contenido deportivo de canal 25?



La figura 14 muestra que el contenido deportivo del canal 25 es altamente recomendado por la audiencia, ya que el 42 % de los encuestados señala que siempre lo recomendaría y el 44 % indica que casi siempre lo haría. Estos resultados reflejan un elevado nivel de aceptación y confianza en la programación deportiva del canal. En contraste, un 11 % manifiesta que casi nunca lo recomienda y solo un 3 % indica que nunca, lo que evidencia que el nivel de recomendación negativa es reducido.

Figura 15:

¿Consideras novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?



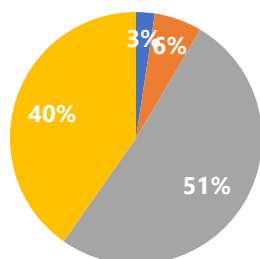
La mayoría de los encuestados percibe la información deportiva transmitida por el canal 25 como novedosa, ya que el 45 % considera que siempre presenta contenidos innovadores y otro 45 % señala que casi siempre lo es. Estos resultados reflejan una valoración ampliamente positiva sobre la capacidad del canal para ofrecer información deportiva actualizada y atractiva. En contraste, solo un 8 % manifiesta que casi nunca la considera novedosa y un 1 % indica nunca, lo que representa un nivel reducido de percepción negativa.

Figura 16:

¿Con que reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?

¿Con qué reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?

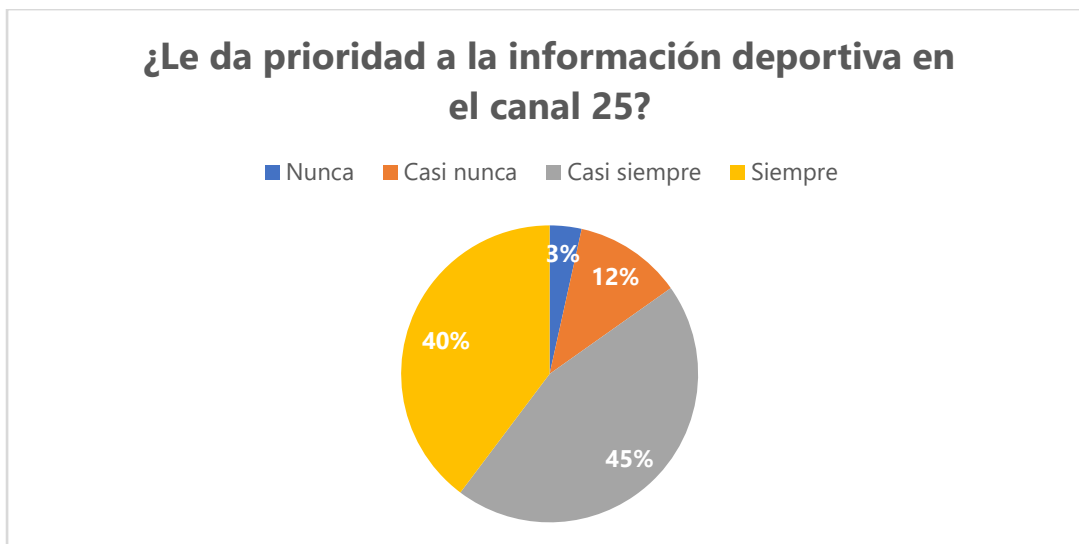
■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



Los datos reflejan un alto nivel de satisfacción, ya que el 91% de los encuestados percibe que el Canal 25 ofrece contenido deportivo novedoso de forma constante. La predominancia de las categorías "Casi siempre" (51%) y "Siempre" (40%) consolida al canal como una fuente de información actualizada y altamente competitiva frente a su audiencia.

Figura 17:

¿Le da prioridad a la información deportiva en el canal 25?



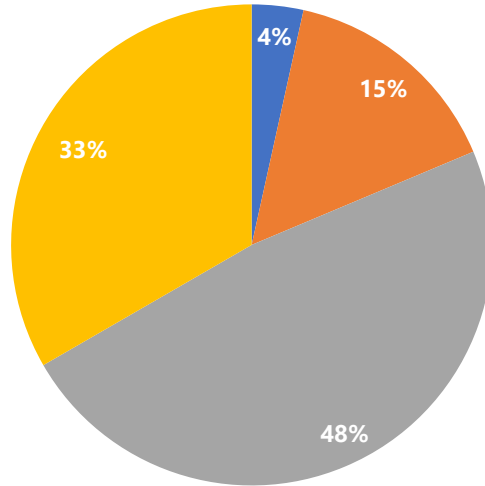
Los datos de la figura 16 revelan que el contenido deportivo es una prioridad fundamental para la audiencia del Canal 25, con un 85% de respuestas positivas distribuidas entre "Casi siempre" (45%) y "Siempre" (40%). Se suma apenas un 15% entre quienes le otorgan prioridad "Casi nunca" (12%) o "Nunca" (3%).

Figura 18:

¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 trasmite información deportiva?

¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 transmite información deportiva?

■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



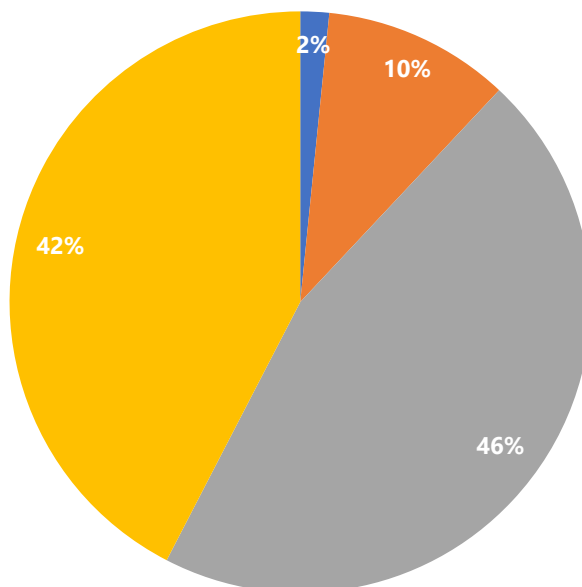
La figura 18 revela que la mayoría de los televidentes planifica su consumo de información deportiva en el Canal 25, con un 81% de los encuestados que manifiesta estar pendiente de los horarios de transmisión (distribuidos en un 48% para "Casi siempre" y un 33% para "Siempre"). Esta tendencia refleja un fuerte hábito de sintonía y fidelidad hacia la programación, mientras que solo una minoría representativa del 19% indica estar poco o nada pendiente de los horarios establecidos.

Figura 19:

¿Información deportiva en el canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?

¿Información deportiva en el canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?

■ Nunca ■ Casi nunca ■ Casi siempre ■ Siempre



La figura 19, se puede concluir que el Canal 25 logra cumplir con las expectativas de su audiencia de manera sobresaliente, ya que el 88% de los encuestados afirma que la información deportiva satisface sus necesidades (un 46% "Casi siempre" y un 42% "Siempre"). Estos indicadores de satisfacción reflejan la eficacia de los contenidos ofrecidos, donde únicamente a un 12% de la muestra con una percepción de satisfacción baja o nula.

Tabla 6.

Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

	DIMENSIÓN EXTRÍNSECA									fi%
	10	11	12	13	14	15	16	17	fi	
MALO	5	3	9	4	9	13	13	6	62	2.07%
REGULAR	27	29	42	33	23	44	57	39	294	9.80%
BUENO	159	166	166	170	192	169	180	171	1373	45.77%
EXCELENTE	184	158	158	168	151	149	125	159	1271	42.37%
TOTAL	375	375	375	375	375	375	375	375	3000	100%

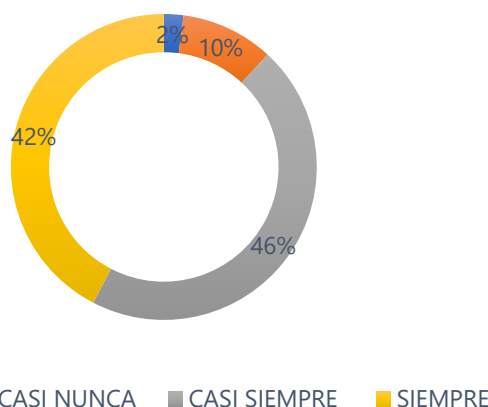
Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes de tumbes – Elaboración propia.

La mayor parte de la muestra se concentra en los niveles más altos de satisfacción, donde el 45.77% reporta un nivel de percepción “Bueno” y el 42.37% lo califica como “Excelente”. Las categorías menos favorables son significativamente menores: el 9.80% de los participantes manifestó un nivel “Regular”, y tan solo el 2.07% registró una percepción “Malo”.

Figura 20:

Nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

Nivel de percepción de la dimensión factores extrínsecos



Fuente: Tabla 6

Tabla 7. Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, según su género.

	Femenino		Masculino	
	fi	fi%	fi	fi%
MALO	180	5.63%	185	5.82%
REGULAR	388	12.14%	300	9.44%
BUENO	1367	42.77%	1293	40.67%
EXCELENTE	1261	39.46%	1401	44.07%

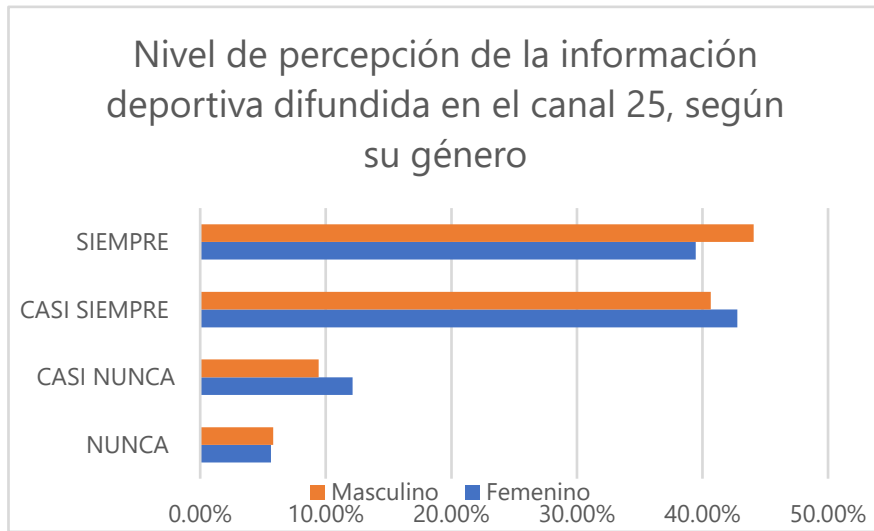
Fuente: Encuesta aplicada a los jóvenes de tumbes – Elaboración propia.

En el análisis de la tabla 7, el género femenino, la mayoría de las encuestadas reporta una percepción “Buena” (42.77%) o “excelente” (39.46), lo que suma más del 82% del total. Por su parte, en el género masculino, la percepción de satisfacción es incluso más alta en la categoría “excelente” (44.07%), seguida de cerca por la categoría “buena” (40.67%), lo que significa que más del 84% de los hombres se ubican en estos dos niveles superiores. Tanto para mujeres como para hombres, la satisfacción percibida como “Mala” representa la menor

proporción, con valores muy similares (5.63% en mujeres y 5.82% en hombres), esto señala una alta satisfacción general en ambos grupos.

Figura 21:

Nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, según su género.



Fuente: Tabla 7

4.2 Discusión

En este apartado se desarrolla la discusión de los resultados, en la cual se analizan e interpretan los hallazgos obtenidos, se comparan con investigaciones previas y se establecen relaciones de acuerdo con sus resultados. Asimismo, se identifican similitudes y diferencias entre los distintos autores considerados en los antecedentes de estudio.

En relación a los factores intrínsecos, según el objetivo específico 1, los resultados muestran que los jóvenes presentan un nivel de percepción “Excelente”, con el 41.22% de la población de estudio, mientras el 38.13% que lo calificó como “Bueno” y el 8.98% consideró la percepción como “Mala”. Lo que evidencia que los aspectos como el interés personal, la atención, la motivación y experiencias previas influyen significativamente en la manera en la que perciben la información deportiva.

Asimismo, la motivación se valida al analizar el consumo de Canal 25 por la información deportiva, donde el 88% de los jóvenes encuestados muestra una fidelidad en sintonía. Esto se divide en un 45% de jóvenes motivados “casi siempre” y el 43% “siempre”. Por otro lado, los niveles de desinterés son mínimos, situándose un 9% para la opción “casi nunca” y un escaso 3% marcó “nunca”.

Por otro lado, esta influencia se ve reflejada en la capacidad de Canal 25 de captar la atención a través de la información deportiva. Al respecto 89% de los encuestados afirma que la información deportiva transmitida llama su atención de manera recurrente. Esto se desglosa en un 53% que indica que esto sucede "siempre" y un 36% que ocurre “casi siempre”. En contraste, el desinterés es mínimo, con apenas un 10% que se siente atraído "casi nunca" y apenas un 1% que "nunca" presta atención al contenido.

Resulta relevante señalar que, la información deportiva local es un importante en el canal 25, debido a que captan la atención del 86% de los encuestados. Donde se divide un 51% que marcó "siempre", un 35% “casi siempre”, un 11% “casi nunca” y solo un 3% “nunca”

Este hallazgo coincide con lo planteado por D’Agostino (2017), quien afirma que los factores intrínsecos de la percepción están relacionados con los impulsos internos del individuo, tales

como las necesidades, intereses y emociones, los cuales orientan su atención hacia determinados estímulos informativos. En ese sentido, cuando la información deportiva emitida en el programa responde a los intereses personales de los jóvenes y por eso su percepción es favorable.

Por otra parte, Chinga (2023) señala que el periodismo deportivo puede proporcionar una visión cronológica de los acontecimientos al tiempo que describe la realidad, expresa su opinión, enfatiza la voluntad y reconoce el talento. Lo que demuestra que las coberturas deportivas muchas veces son más que una simple narración de eventos, porque abordan perspectivas, determinación y habilidades.

Asimismo, Waerd (2010) señala que la experiencia previa cumple un rol fundamental en el proceso perceptivo, ya que permite al individuo interpretar los estímulos con mayor precisión. Esto explica que los jóvenes con mayor interés o conocimiento de deportivo presentan una mejor valoración de la información deportiva.

De igual manera, la teoría del usos y gratificaciones propuesta por Kats et Al. (1973) respalda estos resultados al sostener que las audiencias eligen consumir determinados contenidos mediáticos con el fin de satisfacer necesidades personales específicas, como el entretenimiento, la información o la identificación con el deporte, lo que influye directamente con su percepción.

Respecto a los factores extrínsecos, según el objetivo específico 2, los resultados evidencian un nivel de percepción "Bueno", con el 45.77% de la población de estudio, mientras el 42.37% lo califica como "Excelente" y tan solo el 2.07% registró una percepción "Malo". Esto indica que los elementos externos como el contenido, la claridad el mensaje, la novedad de la información y el tiempo de exposición influye en la percepción que los jóvenes tienen sobre la información deportiva en el canal 25.

Como consecuencia de esta percepción positiva, se observa un impacto directo en el derecho a la información. En este sentido, el 91% de los encuestados considera que la información

deportiva del canal influye favorablemente en su derecho de estar bien informado, lo que se divide en un 47% que afirma que esto sucede “siempre” y un 44% “casi siempre”. Por lo contrario, la opinión negativa es mínima, con solo el 8% “Casi nunca” y 1% “nunca”, lo que consolida el rol relevante del canal 25 como medio de difusión confiable.

Esta confianza se traduce, a su vez, en un elevado índice de recomendación y prioridad para la audiencia. Los datos revelan que el contenido deportivo es altamente valorado, con un 86% de los encuestados dispuestos a recomendarlo (42% “siempre” y 44% “casi siempre”). En sintonía con esto, el contenido se posiciona como una prioridad fundamental para el 85% de la muestra, de los cuales el 45% le otorga importancia “casi siempre” y el 40% “siempre”. En contraste, los indicadores negativos de recomendación son mínimos, apenas un 15% entre quienes le otorgan prioridad "Casi nunca" (12%) o "Nunca" (3%), lo que reafirma la sólida aceptación y posicionamiento de la programación deportiva del Canal 25.

Este estudio se sustenta en lo expuesto por D’Angostino (2017), quien señala que los factores extrínsecos están relacionados con las características del estímulo, pues estos son determinantes en el nivel de atención y comprensión del mensaje. Por ello, una adecuada presentación de la información deportiva favorece una percepción más clara.

Asimismo, Rojas (2013) indica que los géneros periodísticos deportivos se adaptan al contexto y al momento de difusión, lo que influye en la forma en que el público recibe e interpreta la información. Esto permite explicar que la variedad de formatos y estímulos empleados por el canal 25 incida en la percepción juvenil.

Desde el enfoque de la teoría del framing de Goffman (1974) sostiene que la manera en que los medios encuadran la información resalta ciertos aspectos de la realidad, lo que influye en la interpretación del público. De igual modo, la teoría de la agenda-setting de MacCombs y Shaw (1972) explica que la selección de temas deportivos por parte del canal condiciona la importancia que los jóvenes otorga a dichos contenidos.

Los resultados obtenidos, según el objetivo específico 3, evidencian que no existe diferencia significativa en el nivel de percepción de la información deportiva según el sexo, ya que tanto el género masculino como el femenino presentan valoraciones mayoritariamente positivas. En el caso de las mujeres la percepción se concentra principalmente en “buena” (42.77%) y “excelente” (39.46), lo que suma más del 82% del total. De manera similar, en los hombres se observa una percepción incluso ligeramente superior en la categoría “excelente” (44.07%), seguida de “buena” (40.67%), lo que representa más del 84% de los encuestados en los niveles más altos de percepción.

Asimismo, en ambos grupos la categoría “mala” presenta los porcentajes más bajos y muy similares entre sí (5.63% en mujeres y 5.82% en hombres), lo que refuerza la existencia de una alta valoración general de la información deportiva difundida por el canal 25, independientemente del género. Estos resultados permiten afirmar que la percepción positiva es compartida por ambos sexos, sin evidenciar brechas relevantes.

Desde el enfoque teórico, estos hallazgos se sustentan en la teoría de la recepción propuesta por Hall (1980), la cual sostiene que, si bien los individuos interpretan los mensajes mediáticos desde sus contextos y experiencias particulares, esto no implica necesariamente diferencias marcadas cuando el contenido resulta claro, pertinente y de interés común, como ocurre con la información deportiva.

Del mismo modo, la teoría de usos y gratificaciones de Katz et al. (1973) explica que tanto hombres como mujeres consumen información deportiva para satisfacer necesidades similares, tales como el entretenimiento, la información y la identificación con el deporte, lo que contribuye a una percepción positiva homogénea entre ambos grupos.

Estos resultados coinciden con el estudio previo de Waumba (2023), quien señala que, aunque pueden existir diferencias perceptivas según características del grupo social, estas no siempre resultan significativas cuando la comunicación es efectiva y cumple con las

expectativas de la audiencia. En ese sentido, la información deportiva difundida por el canal 25 logra generar una percepción favorable transversal en los jóvenes del distrito de Tumbes.

En síntesis, los resultados confirman que la información deportiva difundida por el canal 25 influye de manera positiva en la percepción de los jóvenes del distrito de Tumbes, al generar el interés, atención y gratificación emocional. Tanto los factores intrínsecos como los extrínsecos contribuyen a una valoración mayoritariamente favorable, sin evidenciar diferencias significativas según el género. De este modo, la información deportiva televisiva se consolida como un recurso comunicativo que fortalece la identificación de la conexión de los jóvenes con su entorno deportivo social.

El estudio tiene como objetivo general: Determinar el nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023, en donde se determinó que el 83% de la muestra de estudio, perciben el programa como “Excelente” y “Bueno”, además el 9.80% estima un nivel “Regular”, y tan solo el 2.07% registró una percepción “Malo”. Lo que indica que el contenido deportivo emitido en el programa logra captar la atención del público juvenil y generar valoración favorable sobre la calidad de la información presentada.

Estos índices son concuerdan con el estudio de Peña (2020) cuyo objetivo es identificar el nivel de percepción de noticias respecto al Covid-19 en juveniles en programas locales, donde el 87.3% percibe como buena debido a la claridad de las notas informativas, el interés y la atención que se generó entre los espectadores. De esta manera, los resultados del presente estudio confirman que la televisión es un medio influyente en la construcción de percepciones informativas en la población juvenil.

Este resultado se sustenta en lo planteado por Waerk (2010), quien señala que la percepción es un proceso cognitivo que se construye a partir de los estímulos sensoriales, la experiencia previa y el aprendizaje, elementos que influyen directamente en la forma en que los individuos interpretan la información que recibe. En este sentido, la exposición constante a contenidos

deportivos contribuye a que los jóvenes desarrollen una percepción definida por dichos mensajes.

De mismo modo, el enfoque ecologista de la percepción de Gibson (1987) sostiene que la información se encuentra presente en el estímulo, por lo que la claridad visual, auditiva y narrativa de contenido deportivo difundido por el canal 25 influye directamente en la manera en que los jóvenes perciben la información.

V. Conclusiones

1. En relación al objetivo general, la información deportiva difundida por canal 25 presenta un nivel de percepción positiva en los jóvenes del distrito de Tumbes durante el año 2023, al determinarse que más del 83% de los jóvenes encuestados calificó

con los niveles “Excelente” y “Bueno”. Este resultado es la prueba de que el contenido deportivo atrae la atención del público juvenil y genera una valoración favorable sobre la calidad, claridad y relevancia de la información emitida, esto confirma a la televisión local como un medio influyente en la construcción de percepciones informativas.

2. De acuerdo al objetivo específico 1, se estableció que los factores intrínsecos— clasificados en motivo, atención y experiencias- influyen significativamente en la percepción de la información deportiva. Este hecho se sustenta en que la mayoría de los jóvenes presenta una percepción “Excelente” y “Buena”. El interés personal, junto con los conocimientos previos, determina una percepción positiva del contenido; esto demuestra que, cuando la información responde a las afinidades del público juvenil, la aceptación del mensaje se fortalece.
3. Del mismo modo, en relación al objetivo específico 2, se describió que los factores extrínsecos – clasificados en contenido, novedad y tiempo - contribuyen de manera relevante a la percepción positiva de la información deportiva, pues predomina los niveles “Bueno” y “Excelente”. La claridad del mensaje, el contenido, la novedad y el tiempo de exposición influyen favorablemente en la interpretación de los datos; este resultado confirma que una adecuada presentación y encuadre informativo mejoran la comprensión y valoración del contenido emitido.
4. Por último, en relación al objetivo 3, se identificó que no existe diferencias significativas en el nivel de percepción de la información deportiva según el género, ya que tanto hombres como mujeres presentan valoraciones positivas. Con niveles “Excelente” y “Bueno” que superan el 80%. Esto evidencia que la información deportiva en canal 25 genera una percepción favorable de manera transversal, independiente del sexo.

VI. Recomendaciones

- 1.** Fortalecer y mantener la calidad de la información deportiva, al priorizar la claridad del mensaje, el uso adecuado de formatos periodísticos y la diversidad de contenidos, con el fin de seguir la satisfacción de las expectativas del público juvenil.

2. Considerar los intereses, motivaciones y experiencias del público joven al momento de elaborar los programas y reforzar con elementos que generen mayor identificación y atención, como el análisis contextual, la narrativa visual y el lenguaje accesible.
3. Ampliar el estudio e incorporar otras variables, como los hábitos de consumo mediático, plataformas digitales o nivel educativo, para profundizar en la comprensión de la percepción de la información deportiva en distintos contextos.
4. Promover espacios de formación crítica sobre el consumo de la información deportiva, que permitan a los jóvenes desarrollar una interpretación reflexiva y consciente de los contenidos difundidos por los medios de comunicación.
5. Se recomienda a las entidades pertinentes (o medios de comunicación locales) asignar un presupuesto mayor al desarrollo de programas deportivos. Esta acción no solo dinamizará el mercado laboral para profesionales de la comunicación, sino que funcionará como un eje estratégico para fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia hacia el deporte en Tumbes.

VII. Referencias bibliográficas

Alcoba, A. (2005): Periodismo deportivo. España - Madrid: Editorial Síntesis.

Alves, R., Castro Esteves, T. y Trelles, MA (2013). Factores intrínsecos y extrínsecos implicados en el envejecimiento cutáneo. *Cirugía Plástica Ibero-*

Latinoamericana, 39 (1), (pp. 89-102). <https://doi.org/10.4321/S0376-78922013000100013>

Arias e.t al, (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, volumen (63), (pp. 201-206). <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>

Balash, J. R. (1991). Percepción: Usos y teorías. *Apuntes. Educación física y deportes*, 3 (25), (pp. 09-14). <https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/381012>

Balash, J. R. (1991). Percepción: Usos y teorías. *Apuntes. Educación física y deportes*, 3 (25), (pp. 09-14). <https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/381012>

Chávez, C. (2019). *El periodismo interpretativo y la percepción de las audiencias, respecto a la gestión de fútbol ecuatoriano a través de la radio deportiva de Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29527>

Casas, e.t al, (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), (pp. 527-538). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>

Chinga Huancas, J. (2021). *Percepción del periodismo deportivo del programa Pelotazos y Pelotazos de radio Cutivalú en socios del Club Atlético Grau 2020*. [Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo] Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75583>

Davila Orellana, C. A. (2022). *Análisis de la información deportiva entre el medio impreso y digital del diario líbero en el año 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipan]. *Repositorio Institucional - USS*. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/10200>

Esteve, F. Y Fernández Del Moral, J. (1999). *Áreas de Especialización Periodística*. España- Madrid: Fragua.

Figuroa Huañec, F. M. (2013). *La producción de programas deportivos en el canal del Estado: El caso de «Planeta deporte» período 1998-2003*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4207>

- García M. (2019). Capítulo 4: *Metodología de la investigación*. Chile: Universidad de las Américas Puebla. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/garcia_m_f/capitulo4.pdf
- Gerbner, G. (1969). Toward "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137–148.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). Hutchinson.
- Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164–181.
- López, P. L. (2004). Población, muestra y muestreo. *Revista Punto Cero*, volumen (9), (pp. 69-74). <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Marcen-Cinca, N. (2020). *Factores perceptivos en escalada deportiva*. [Tesis doctoral, Universidad San Jorge]. <https://repositorio.usj.es/handle/123456789/440>
- Martínez de Sousa, J. (1981): *Diccionario general del periodismo*. España- Madrid. Paraninfo.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Meneses J, Rodríguez D. (2016) *El cuestionario y la entrevista*. España (p. 9). http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026.pdf.
- Mera C. (2014) Pensamiento prospectivo: visión sistémica de la construcción del futuro. *Rev Análisis (Colombia)* 46(84): (pp.89-104). <https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551535005.pdf>
- Merchán Price, MS, y Henao, J. (2011). Influencia de la percepción visual en el aprendizaje. *Ciencia y Tecnología para la Salud Visual y Ocular*, 9 (1), (pp. 93-101). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599290>
- Moso Bastidas, J. S. (2019). *Lenguaje Deportivo y la Relación con la Información Futbolística en los Programas Televisivos de La Luz Deporte: 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/xmlui/handle/upa/666>
- Pidgeon, N. F. (1998), Risk assessment, risk values and the social science programme: why we do need risk perception research, *Reliab Engineering Syst Safety*, 59: (pp. 5-15).
- Psicología dinámica. (2017). Re: Nuestra Percepción. *Psicología Dinámica*. <https://psicologiadinamica.es/nuestra-percepcion/>

- QuestionPro (2022). *Investigación básica: Qué es, ventajas y ejemplos*. QuestionPro.<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-basica/>
- Ramírez, A. (2003). *Metodología de la investigación científica*. [Tesis post-grado, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/1.pdf>
- Rodríguez Catuto, M. Á. (2013). *El rol del periodista deportivo y su influencia en la práctica del deporte en la provincia de Santa Elena 2012*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3793>
- Rojas-Torrijos, JL (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias&Análisis*, 4, (pp. 177-190). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068722>
- Rosales, J. (2015). "Percepción y Experiencia." *Episteme NS*, Vol. 35, N° 2, 2015, pp. 21-33. [En línea]. Disponible en: <https://ve.scielo.org/pdf/epi/v35n2/art02.pdf>
- Salinas, P. (2012). Metodología de la investigación científica. *Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes*, 1, 182. http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/34398/metodologia_investigacion.pdf;jsessionid=07FEC9DEC9C4D6F4C8742B162EC878E9?sequence=1
- Sampieri, et ál. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Editorial Mac Graw Hill. (pp. 238-262).
- Schapals, A. K., Maares, P. y Hanusch, F. (2019). *Working on the margins: comparative perspectives on the roles and motivations of peripheral actors in journalism*. *Media and Communication*, 7(4), 19-30. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2374>
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Rev. Educación (Costa Rica)*; 33(1): (pp. 155- 165). <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>.
- Westreicher, G. (2021). Muestreo. *Ecnonomipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html>

Anexos

PRINCIPAL	GENERAL	Variable 1: Percepción de la información				
<p>¿Cuál es el nivel percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los jóvenes del distrito de tumbes, 2024?</p>	<p>Determinar el nivel Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los jóvenes del distrito de tumbes, 2024</p>	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	ITEMS	ÍNDICE
<p>P. ESPECÍFICOS</p> <p>a.- ¿Cuál es el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos en el canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2024?</p> <p>b.- ¿Cuál es el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2024?</p> <p>c. ¿Cuál es el nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2024 según su género?</p>	<p>O. ESPECÍFICOS</p> <p>a.- Establecer el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores intrínsecos en el canal 25 los jóvenes del distrito de Tumbes, 2024.</p> <p>b.- Describir el nivel de percepción de la información deportiva difundida desde la dimensión factores extrínsecos en el canal 25 en los jóvenes del distrito de Tumbes, 2024.</p> <p>c. Determinar el nivel de percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los usuarios del Centro Poblado Pampa Grande, Tumbes, 2024 según su género.</p>	<p>FACTORES INTRÍNSECOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Motivo</i> ✓ <i>Atención</i> ✓ <i>Experiencias</i> 	<p>Cuestionario aplicado a los jóvenes del distrito de Tumbes.</p>	<p>1,2,3,4,5,6,7,8,9</p>	<p>Ordinal</p>
<p>FACTORES EXTRINSECOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Contenido</i> ✓ <i>Novedad</i> ✓ <i>Tiempo</i> 	<p>10,11,12,13,14,15,16,17</p>				

Anexo 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Matriz de consistencia del trabajo de investigación. Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en los jóvenes del distrito de tumbes, 2024.

Anexo 2. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO A LA MUESTRA DE

CUESTIONARIO

Percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 en jóvenes del distrito de Tumbes, 2023.

Estimado (a) participante:

Me presento, soy José Fernando Soles Rosales, Bachiller en Ciencias de la Comunicación egresado de la Universidad Nacional de Tumbes. Actualmente, estoy llevando a cabo una investigación con el propósito de determinar la percepción de la información deportiva difundida en el canal 25 entre los jóvenes del distrito de Tumbes en 2023.

El objetivo de este estudio es recopilar información significativa sobre este tema. Agradezco sinceramente su colaboración y disposición para proporcionar datos relevantes, los cuales contribuirán al éxito de esta investigación. No es necesaria la identificación personal; solo buscamos su apoyo para llevar a cabo la recopilación de datos de manera efectiva.

DATOS GENERALES:

Edad:		
Sexo:	M	F

INDICACIONES: Este cuestionario está constituido por 17 ítems, y se ha considerado trabajar con la siguiente escala de Likert.

4: Siempre 3: Casi siempre 2: Casi nunca 1: Nunca

Marque con un aspa (x) la alternativa que usted considere conveniente.

¡Gracias por tu participación!

**PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA DIFUNDIDA EN EL
CANAL 25 EN LOS JÓVENES DEL DISTRITO DE TUMBES, 2023.**

		Siempre	Casi Siempre	Casi Nunca	Nunca
1	¿Sintonizaste el canal 25 para obtener información deportiva?				
2	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 te motivó a sintonizarlo con frecuencia?				
3	¿Después de observar la información deportiva, se sentía motivado a seguir sintonizando el canal 25?				
4	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llamó su atención?				
5	¿Considera que el canal 25 mostraba interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?				
6	¿Captó tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?				
7	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te generó experiencias negativas?				
8	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te generó experiencias positivas?				
9	¿Cumplieron tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?				
10	¿Te satisfacía la información deportiva transmitida que brindaba el canal 25?				
11	¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tuvo un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?				
12	¿Con qué frecuencia recomendaba el contenido deportivo de canal 25?				
13	¿Consideraste novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?				
14	¿Con qué reiteración percibías que el canal 25 informaba sobre contenido deportivo novedoso?				
15	¿Le diste prioridad a la información deportiva en el canal 25?				
16	¿Estabas pendiente de los horarios en los que el canal 25 transmitía información deportiva?				
17	¿Con qué frecuencia consideraste que el tiempo dedicado a la difusión de información deportiva en el canal 25 satisfacía tus necesidades de información sobre deportes?				

¡Gracias por tu participación!

Anexo 3. Validez de instrumentos

Experto 1: MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable Percepción de la información deportiva

Nº	Dimensión/ Factores intrínsecos	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	¿Sintoniza usted el canal 25 para obtener información deportiva?				X				X				X	Ninguna
02	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 le motiva a sintonizarlo con frecuencia?				X				X				X	Ninguna
03	¿Después de observar la información deportiva, se siente motivado a seguir sintonizando el canal 25?				X				X				X	Ninguna
04	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llama su atención?				X				X				X	Ninguna
05	¿Considera que el canal 25 muestra interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?				X				X				X	Ninguna
06	¿Captan tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?				X				X				X	Ninguna
07	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te ha generado experiencias negativas?				X				X				X	Ninguna
08	¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenos?				X				X				X	Ninguna
09	¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?								X				X	Ninguna
Nº	Dimensión/ Factores extrínsecos													
10	¿Te satisface la información deportiva transmitida que brinda el canal 25?				X				X				X	Ninguna
11	¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?				X				X				X	Ninguna
12	¿Con qué frecuencia recomienda el contenido deportivo de canal 25?													
13	¿Consideras novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?				X				X				X	Ninguna
14	¿Con qué reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?				X				X				X	Ninguna
15	¿Le da prioridad a la información deportiva en el canal 25?				X								X	Ninguna
16	¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 transmite información deportiva?				X				X				X	Ninguna
17	¿Con qué frecuencia encuentras que el tiempo dedicado a la difusión de información deportiva en el Canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?				x				x				x	Ninguna

CUESTIONARIO PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA: Escala valorativa: 5=SIEMPRE 4= CASI SIEMPRE 3= A VECES 2= CASI NUNCA 1= NUNCA

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
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Cristhiam Jacob Hidalgo Sandoval

DNI: 44752528

Especialidad del validador (a): Magister en docencia universitaria

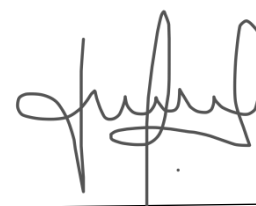
**Tumbes, 20 de
enero de 2024**

¹**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

²**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

³**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados se para medir la dimensión



Firma del experto informante

Experto 2: MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable Percepción de la información deportiva

Nº	Dimensión/ Factores intrínsecos	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	¿Sintoniza usted el canal 25 para obtener información deportiva?				X				X				X	Ninguna
02	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 le motiva a sintonizarlo con frecuencia?				X				X				X	Ninguna
03	¿Después de observar la información deportiva, se siente motivado a seguir sintonizando el canal 25?				X				X				X	Ninguna
04	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llama su atención?				X				X				X	Ninguna
05	¿Considera que el canal 25 muestra interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?				X				X				X	Ninguna
06	¿Captan tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?				X				X				X	Ninguna
07	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te ha generado experiencias negativas?				X				X				X	Ninguna
08	¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenos?				X				X				X	Ninguna
09	¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?								X				X	Ninguna
Nº	Dimensión/ Factores extrínsecos													
10	¿Te satisface la información deportiva transmitida que brinda el canal 25?				X				X				X	Ninguna
11	¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?				X				X				X	Ninguna
12	¿Con qué frecuencia recomienda el contenido deportivo de canal 25?													
13	¿Consideras novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?				X				X				X	Ninguna
14	¿Con qué reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?				X				X				X	Ninguna
15	¿Le da prioridad a la información deportiva en el canal 25?				X								X	Ninguna
16	¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 transmite información deportiva?				X				X				X	Ninguna
17	¿Con qué frecuencia encuentras que el tiempo dedicado a la difusión de información deportiva en el Canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?				x				x				x	Ninguna

CUESTIONARIO PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA: Escala valorativa: 5=SIEMPRE 4= CASI SIEMPRE 3= A VECES 2= CASI NUNCA 1= NUNCA

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
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Zapata Lopez Marco Antonio

DNI: 42018180

Especialidad del validador (a): licenciado en Ciencias de la Comunicación y magister en Gestión Pública.

Tumbes, 08 de enero de 2026

¹**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

²**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

³**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados se para medir la dimensión



Firma del experto informante

Experto 3: MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Variable Percepción de la información deportiva

Nº	Dimensión/ Factores intrínsecos	Claridad ¹				Coherencia ²				Relevancia ³				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
01	¿Sintoniza usted el canal 25 para obtener información deportiva?				x				x				x	
02	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 le motiva a sintonizarlo con frecuencia?			x				x					x	
03	¿Después de observar la información deportiva, se siente motivado a seguir sintonizando el canal 25?			x				x					x	
04	¿La información deportiva transmitida en el canal 25 llama su atención?				x				x					x
05	¿Considera que el canal 25 muestra interés en difundir contenidos que le resultan atractivos?			x					x					x
06	¿Captan tu atención los contenidos de temas locales deportivos que son transmitidos en el canal 25?			x					x					x
07	¿La información deportiva transmitida por el canal 25 te ha generado experiencias negativas?				x				x					x
08	¿Sus experiencias con la información deportiva transmitida por el canal 25 han sido buenos?				x				x					x
09	¿Cumplen tus expectativas los conductores de información deportiva en el canal 25?				x				x					
Nº	Dimensión/ Factores extrínsecos													
10	¿Te satisface la información deportiva transmitida que brinda el canal 25?				x				x					x
11	¿Consideras que la información deportiva transmitida por el canal 25 tiene un impacto significativo en tu derecho a estar bien informado?			x					x					x
12	¿Con qué frecuencia recomienda el contenido deportivo de canal 25?				x				x					x
13	¿Consideras novedosa la información deportiva transmitida por el canal 25?			x					x					x
14	¿Con qué reiteración percibes que el canal 25 informa sobre contenido deportivo novedoso?				x				x					x
15	¿Le da prioridad a la información deportiva en el canal 25?			x					x					x
16	¿Está pendiente de los horarios en los que el canal 25 transmite información deportiva?				x				x					x
17	¿Con qué frecuencia encuentras que el tiempo dedicado a la difusión de información deportiva en el Canal 25 satisface tus necesidades de información deportiva?			x					x					x

CUESTIONARIO PERCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA: Escala valorativa: 5=SIEMPRE 4= CASI SIEMPRE 3= A VECES 2= CASI NUNCA 1= NUNCA

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
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Revisado el instrumento de recolección de datos existe la suficiencia para que este sea aplicado en la investigación.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Boyer Rasco Luis Alberto

DNI: 73430105

Especialidad del validador (a): Ciencias de la Comunicación.

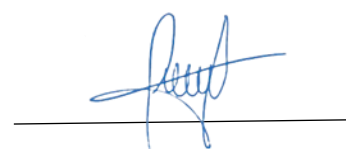
Tumbes, 01 de febrero de 2024

¹**Claridad:** El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

²**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

³**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados se para medir la dimensión



Firma del experto informante

Anexo 4: Evidencias de encuestas



