

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



**ANÁLISIS DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y DE LAS**  
**CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO LA PREVIA DEL**  
**PROGRAMA DEPORTIVO TELEVISIVO FÚTBOL EN AMÉRICA**

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

**AUTOR**

**LUIS FERNANDO LOPEZ SILVA**

**ASESOR**

**CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO**

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

**Chiclayo, 2021**

**ANÁLISIS DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y DE LAS  
CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO LA PREVIA DEL  
PROGRAMA DEPORTIVO TELEVISIVO FÚTBOL EN AMÉRICA**

PRESENTADA POR:

**LUIS FERNANDO LOPEZ SILVA**

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

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

APROBADA POR:

Teodocia Zavala Palacios

PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez

SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

VOCAL

## **Dedicatoria**

A mis padres por permitirme estudiar la carrera que me apasiona y darme la posibilidad de culminarla. De manera especial a mi madre y a mi hermano por el apoyo incondicional durante toda la carrera.

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por permitirme terminar con éxito la carrera de Comunicación. Y a mi asesora de tesis, Dra. Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto, por sus enseñanzas y apoyo en el desarrollo de esta investigación

## Índice

<b>Resumen</b> .....	5
<b>Abstract</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	7
<b>Revisión de literatura</b> .....	8
<b>Materiales y métodos</b> .....	17
<b>Resultados y discusión</b> .....	22
<b>Conclusiones</b> .....	27
<b>Recomendaciones</b> .....	28
<b>Referencias</b> .....	29
<b>Anexos</b> .....	32

## Resumen

El presente trabajo de investigación, titulado “Análisis del estilo periodístico y de las características del segmento La previa del programa deportivo televisivo Fútbol en América”, planteó como objetivos: Analizar el estilo periodístico e identificar las características de este segmento. Asimismo, explicar su vocabulario, tono, estilo directo o indirecto, claridad, corrección, concisión, sencillez, agilidad, naturalidad y comparar los estilos periodísticos de sus reporteros. La investigación tuvo una metodología cualitativa con enfoque hermenéutico, se utilizó la técnica del análisis del discurso y el instrumento de la ficha de análisis. Se elaboró tablas de acuerdo a cada objetivo específico, donde se registró la información obtenida de 9 emisiones de “La previa” en fechas específicas. Este análisis concluyó en que “La previa” tuvo características particulares: Informativo, entretenimiento, fuentes, turismo, publicidad y fechas importantes, que lo transformaron en un género periodístico autónomo y en una forma diferente de hacer periodismo deportivo en la televisión nacional. Asimismo, el estilo periodístico de “La previa” abarcó: Vocabulario activo, claridad, corrección, concisión, sencillez, agilidad, naturalidad, tono y estilo indirecto, estos parámetros permitieron demostrar que se aplicó un eficaz y buen lenguaje periodístico. Finalmente, cada reportero de “La previa” demostró un estilo propio. Juan Carlos Orderique se caracterizó por su forma graciosa y particular de interactuar con las fuentes, Vladimir Vicentelo por hacer uso de las palabras de doble sentido y las expresiones subidas de tono como recursos dinámicos. Y Jorge Solari por utilizar un lenguaje formal y recurrir al humor con preguntas sarcásticas refiriéndose a sí mismo.

**Palabras Clave:** Estilo periodístico, Programa deportivo en televisión, Previa en televisión.

### **Abstract**

The present research work, entitled "Analysis of the journalistic style and the characteristics of the segment The preview of the television sports program Fútbol en América", set the following objectives: Analyze the journalistic style and identify the characteristics of this segment. Also, explain their vocabulary, tone, direct or indirect style, clarity, correctness, conciseness, simplicity, agility, naturalness and compare the journalistic styles of their reporters. The research had a qualitative methodology with a hermeneutical approach, the technique of discourse analysis and the instrument of the analysis sheet were used. Tables were prepared according to each specific objective, where the information obtained from 9 issues of "La previa" on specific dates was recorded. This analysis concluded that "La previa" had particular characteristics: informative, entertainment, sources, tourism, advertising and important dates, which transformed it into an autonomous journalistic genre and a different way of doing sports journalism on national television. Likewise, the journalistic style of "La previa" included: Active vocabulary, clarity, correctness, conciseness, simplicity, agility, naturalness, tone and indirect style, these parameters allowed to demonstrate that an effective and good journalistic language was applied. Finally, each reporter from "La previa" demonstrated their own style. Juan Carlos Orderique was characterized by his funny and particular way of interacting with sources, Vladimir Vicentelo for making use of double meaning words and risque expressions as dynamic resources. And Jorge Solari for using formal language and resorting to humor with sarcastic questions referring to himself.

**Keywords:** Journalistic style, Sports program on television, Preview on television.

## Introducción

Cuando se habla de estilo, se puede indicar que existen muchos, pues cada comunicador tiene el propio, siendo una habilidad innata que se relaciona con la personalidad de cada uno.

Por ello, el estilo periodístico se define como una modalidad en relación al lenguaje para lograr una eficacia comunicativa e informativa con el público, puesto que, cuando el periodista informa, establece un modelo de representación de lo ocurrido para hacerlo entendible.

Teniendo como premisa que el estilo periodístico es una trascendencia de la personalidad individual y un modo de hacer continuo al género literario que se practica, se asume que existen mil estilos diferentes, todo depende del momento en que se comunica, del tema, del público para los que se informa y del enfoque personal. (Vivaldi, como se citó en Machaca, 2017).

Entonces, se puede decir que los periodistas plasman en sus escritos o en su lenguaje, la forma particular que cada uno tiene de abordar, investigar, procesar y difundir los hechos, teniendo en cuenta el tipo de audiencia.

La investigación actual, se centra en analizar un espacio deportivo televisivo relacionado específicamente con el fútbol. Los programas periodísticos de resumen futbolístico en televisión se caracterizan por ser espacios de debate, a partir de la repetición de los mejores momentos y los goles de los encuentros. Por ello, las diferentes apreciaciones que manifiestan los presentadores en relación a las jugadas “polémicas” encienden una entretenida discusión donde el televidente saca sus propias conclusiones. (Bonaut, 2014).

El periodismo deportivo tiene un estilo activo y dinámico, los aficionados y los no aficionados del deporte se sienten habituados con cierta jerga deportiva y un lenguaje coloquial. Asimismo, el lenguaje deportivo crea, transforma y reconstruye vocablos, adaptando términos de acuerdo a sus necesidades. (Peschiera, 2016). De igual manera, León (2016), manifiesta que el periodismo deportivo es una de las áreas más especializadas a la hora de comunicar, su estructura y su estilo periodístico lo convierten en un formato único, un periodista tiene que encontrarse preparado para desarrollarse en el ámbito deportivo.

A través del tiempo, estas producciones periodísticas deportivas en televisión han ido agregando secciones para detallar, de manera cronológica, lo que sucede antes, durante y después de los encuentros deportivos, las cuales ya no solo se centran en los jugadores, sino que además buscan la participación de los hinchas que acuden al estadio.

Entre estas se encuentra “La Previa” o también denominada “Antesala” del programa periodístico deportivo televisivo “Fútbol en América”, donde los fanáticos son los protagonistas, puesto que, los periodistas recogen sus testimonios y se muestran las incidencias que viven tanto deportistas, como miembros del club deportivo, hinchas de los equipos deportivos, lugareños, turistas, etc., antes del partido de fútbol.

Es importante señalar que los estudios periodísticos realizados a este tipo de fragmento (La previa), son muy poco frecuentes, por lo que surge la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las características y el estilo periodístico del segmento “La Previa” del programa deportivo televisivo “Fútbol en América”?

La realización de esta investigación es importante para la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo porque permitirá profundizar en el análisis periodístico de un segmento deportivo en televisión, reforzando los conocimientos en el campo del periodismo; al mismo tiempo será una fuente de consulta para las futuras investigaciones relacionadas al periodismo deportivo.

Es interesante, porque permitirá conocer el estilo periodístico y las características del segmento “La previa” emitido dentro del programa deportivo “Fútbol en América”.

Tiene relevancia social porque a través del análisis periodístico de las emisiones de “La previa”, los interesados en periodismo deportivo, los futuros comunicadores, los periodistas deportivos, etc., podrán conocer a mayor profundidad un segmento de un programa deportivo en televisión.

Finalmente, esta investigación aportará conceptos actualizados del segmento deportivo televisivo La Previa, desde una perspectiva periodística, respetando el uso de las normas APA.

La investigación planteó como objetivo general: Analizar el estilo periodístico y las características del segmento “La Previa” del programa deportivo televisivo “Fútbol en América”. Entre los objetivos específicos: Identificar las características del segmento “La previa” como una forma diferente de hacer periodismo deportivo en la televisión nacional. Explicar las características propias del estilo periodístico del segmento “La previa”: Claridad, corrección, concisión, sencillez, agilidad y naturalidad; el vocabulario, el tono y el estilo directo o indirecto. Comparar los estilos periodísticos de los reporteros del segmento “La previa” del programa deportivo televisivo “Fútbol en América”.

### **Revisión de literatura**

León (2016), en su tesis “Análisis del tratamiento de la noticia deportiva en los canales Claro Sports Colombia y Win Sports” tuvo como objetivo general, definir e identificar la forma como es tratada la información deportiva por parte de los noticieros de los canales deportivos mencionados. Como objetivos específicos, identificar si hay influencias particulares en el tratamiento de la información, describir a partir de los resultados del análisis, si existe relación entre la línea editorial y la parrilla de contenido de los mismos, y analizar el lenguaje utilizado durante sus emisiones. Su metodología siguió el enfoque cuantitativo, puesto que, por medio de un análisis comparativo de las emisiones de los noticieros, recogió la mayor cantidad de información de forma certera y verídica. El autor concluyó que el periodismo deportivo en televisión es una de las áreas más especializadas a la hora de comunicar, su estructura, su lenguaje y su estilo lo convierten en un formato único que requiere de un pre conocimiento para realizarlo. Un periodista deportivo tiene que encontrarse preparado para analizar y dialogar cualquier función deportiva.

Rosas (2015), en su tesis “Análisis de la situación de los programas deportivos dedicados al fútbol en los canales de televisión VHF de la ciudad de Guayaquil en el 2015”, planteó como objetivo general, analizar la situación de los programas deportivo. Como objetivos específicos, analizar la estructura del proceso televisivo deportivo, identificar cuál es la acogida que tiene su contenido por los aficionados al deporte, examinar el horario en el que están al aire y relacionarlo con el desinterés del televidente para mantener y/o generar mayor audiencia y verificar el efecto de la trasmisión de programas deportivos televisivos en horarios de poca accesibilidad para el televidente, como el horario de 11:30 de la noche.



Utilizó los métodos, analítico-sintético y deductivo-inductivo. Así mismo, las técnicas empleadas fueron la observación, la entrevista y la encuesta. La investigación concluyó, que los programas deportivos que se transmitieron por los canales de señal abierta mantuvieron un esquema o formato televisivo, que a criterio del espectador e investigador no estuvieron de acuerdo con el contenido de los mismos; puesto que, los telespectadores consideraron importantes en la estructura de los programas deportivos, la presencia de periodistas especializados en fútbol y la posibilidad de mejorar los horarios de transmisión de los programas, para de esa manera captar a la audiencia y sobre todo que se ajusten a las expectativas del televidente deportivo.

Moso (2019), en su tesis “Lenguaje deportivo y la relación con la información futbolística en los programas televisivos de la luz deporte: 2018” tuvo como objetivo general, determinar la relación entre el lenguaje deportivo y la información futbolística de los mismos. Como objetivos específicos, determinar la relación entre los mensajes televisivos, la información futbolística y la relación entre las notas deportivas y la información futbolística en estos programas. Su metodología siguió el enfoque cuantitativo, cuyo instrumento aplicado fue el cuestionario a manera de encuesta para registrar los datos e información requerida. Después del análisis de resultados, el investigador concluyó en que el lenguaje deportivo, el mensaje televisivo y las notas deportivas están relacionados directamente con la información futbolística.

### **Teoría del Gatekeeper**

El concepto Gatekeeper (guardabarrera) nació del psicólogo Kurt Lewin (1947), básicamente en el ámbito de las comunicaciones, se refiere a la persona que bloquea o permite que la información pase. Es decir, ante un gran número de sucesos, llegarán a ser noticias solo las que el periodista decida. Lewin, señala que estudiar al “portero” demanda un análisis personalizado, contando con las características de los canales, su difusión, el contexto en que se desarrolle el proceso de selección de la información y todos los detalles de índole subjetiva que le competan al periodista: Ideas, costumbres, referentes, etc. (Loo, Gámez, Vega, Quevedo y Haber, 2016).

Esta teoría, ayuda a comprender el rol que cumple el periodista al determinar si un hecho es noticioso o no, lo cual permitirá tener una visión más clara al analizar el segmento “La Previa”.

### **Teoría de la Nueva Historia**

Sánchez (2019), explica que esta teoría consiste en interpretar la historia tomando como referencia a los presupuestos de formación de dichos sucesos, extendiéndose al periodismo. La historia y el periodismo no reconstruyen la verdad, más bien la interpretan. El elemento más provechoso de esta teoría en la actividad periodística es la nueva actitud en relación con el evento, el cual obliga al periodista a tomar como base sus presupuestos de formación, definiendo métodos, reevaluar fuentes, elegir unidades de observación, establecer relaciones entre los elementos para llegar a modelos de estudio, considerando las múltiples variables.

Aplicar esta teoría nos permitirá determinar la importancia periodística que tiene consultar a diversas fuentes respecto a los hechos noticiosos para interpretar la información del suceso en sí.

## **Teoría del Newsmaking**

Según Benavides (2017), el Newsmaking estudia el proceso en que los comunicadores interpretan la realidad. Este enfoque involucra evidenciar los rasgos de sus prácticas y rutinas, sus ideologías profesionales y sus relaciones con las fuentes. También son parte de este proceso, las dinámicas en la toma de decisiones para seleccionar, proponer y construir los temas que se ofrecen al público.

Esta teoría transmite la idea de que el periodista es responsable de escoger y dar a conocer la información de la forma que crea conveniente. Por lo cual, esta teoría permitirá comprender las características del segmento a analizar desde esta perspectiva.

## **Estilo periodístico**

Algunas de las maneras usadas por los medios de comunicación para expresarse son la lengua coloquial, la literaria o la técnica. Sabiendo que la primera es el lenguaje de la cotidianidad, la segunda es característica de los virtuosos de la palabra y la última es utilizada por expertos en un tema determinado, el estilo periodístico es un distintivo básico de los profesionales de la información que permite comunicar un suceso de forma precisa, clara y concisa a través de un mensaje, el cual es comprendido con eficacia y rapidez por el público. (García, 2015).

Al hablar de estilo o lenguaje periodístico Tuquerres (2019), explica que el lenguaje en el periodismo tiene la obligación de dirigirse a los diversos públicos que existen, ya que posteriormente se transformarán en los receptores de la información, por lo que, el periodista debe saber comunicar para una audiencia profesional y no profesional, estableciendo un instrumento de comunicación entendible, explicable y de fácil recepción, por esto, se debe utilizar un lenguaje acorde al público. Asimismo, se entiende al estilo periodístico como la estructura del lenguaje y el vocabulario, es decir la manera de manifestar la noticia, el eje que se le da y cuál es el mensaje que va a tener, el estilo abarca el uso de palabras, frases y organización de la oración, así como también, la forma en que las historias muestran la información en términos de importancia relativa, audiencia y tono.

Dentro de la clasificación de los estilos periodísticos se encuentra el estilo informativo que, según Martínez Albertos (como se citó por Tuquerres 2019), busca comunicar, transmitir datos de forma objetiva y cumplir con las características propias del lenguaje periodístico, como: Claridad, concisión, correlación, captación del receptor, lenguaje de producción colectiva, lenguaje mixto, etc.”.

## **Características del estilo periodístico**

El periodista, al informar busca una comunicación inmediata con un público diverso, por lo cual, debe utilizar un lenguaje propio, no obstante, debe cumplir con ciertas características.

Schäfer (s.f.), define algunas de las características más importantes:

**Claridad:** Es la más importante y principal cualidad. La claridad del mensaje se consigue utilizando un lenguaje que sea comprensible para todos o para la mayoría. El lenguaje periodístico puede ser creativo, pero nunca confuso o ambiguo.

La claridad se enfoca en comunicar con expresiones sencillas que se encuentren al entendimiento y alcance de cualquier público, por lo que no se deben utilizar términos complejos.

**Coherencia y cohesión:** Entre las distintas partes de la información debe haber coherencia, cada frase debe estar ligada a una idea central (y no como un grupo de enunciados inconexos entre sí). Esto se consigue con una acertada y correcta planificación de la información, las ideas deben estar jerarquizadas y ordenadas. La cohesión nos habla de cómo se enlazan los diferentes enunciados de una noticia entre sí. Es un grupo de elementos lingüísticos que facilitan relacionar semántica y sintácticamente las diferentes partes de una información.

**Sencillez:** En el periodismo se deben usar palabras meramente necesarias para manifestar lo que se quiere informar sin dar lugar a equivocaciones. Se sugiere utilizar un vocabulario sencillo, ya que son mensajes que están dirigidos a una audiencia general. Pero la sencillez no significa vulgaridad, se debe evitar siempre el lenguaje rebuscado, artificioso, redundante o ambiguo, así como emplear expresiones coloquiales.

**Brevidad:** El público puede retener en la memoria un máximo de 35 a 40 palabras, por lo cual, se debe comunicar con frases cortas que comprendan una sola idea. Las frases breves demuestran ser las más eficaces para manifestar la información. Se deben evitar las frases demasiado extensas, aunque a veces la elaboración de oraciones largas, siempre y cuando, agreguen datos diferentes e importantes, tienen como propósito evitar la monotonía. De esta manera pueden llegar a combinarse (cortas-medianas, cortas-largas).

**Corrección:** Se debe ser correcto desde el punto de vista gramatical. Un comunicador tiene que dominar las normas del idioma, cumplir y respetar las estructuras formales de la lengua. Se demandará siempre una corrección léxica y gramatical, que se consigue cuando se utiliza el significado apropiado de las palabras, evitando ambigüedades o contradicciones y cumpliendo las reglas de la lengua.

**Concisión:** La concisión (y exactitud), se obtiene cuando se emplean únicamente palabras indispensables y expresiones breves mediante el uso de sintagmas para conseguir manifestarse con frases cortas.

Otros autores, como Benavides y Quintero (citados en Iranzo y Latorre, 2019) coinciden en que para tener un buen estilo periodístico se deben considerar características indispensables:

**Sencillez:** Utilizar palabras de uso común para manifestar elevados pensamientos.

**Claridad:** Tiene que ver con las ideas: un pensamiento nítido se escribirá nítidamente.

**Concisión:** El público busca informarse de la expresión de los pensamientos con el menor número de palabras.

**Agilidad:** Provoca en el público la sensación de que asimila la información de forma ligera gracias a los bloques, frases y párrafos cortos.

**Fuerza:** El lenguaje periodístico debe ser directo, vigoroso, con términos llenos de significado y capaces de evocar imágenes.

Asimismo, cabe considerar al autor Martínez Albertos (como se citó en Ledesma, 2015) y sus notas del lenguaje periodístico:

**Claridad:** Utilizar un lenguaje apropiado.

**Corrección:** Lengua cercana a la lengua coloquial culta.

**Concisión:** Frases cortas, de 30 a 35 sílabas por frase; con 16, 17 palabras.

**Captación del receptor:** Mantener un lenguaje expresivo, desde el inicio hasta el final.

**Lenguaje de producción colectiva:** El resultado final se proporciona al público.

**Lenguaje mixto:** La pluralidad de los códigos concurrentes hace que los diferentes lenguajes se condicionen entre sí. El código rector también surge del influjo de los códigos menores.

Morales (2015), explica en que consiste la naturalidad del comunicador al expresarse:

**Naturalidad:** Se define con dos palabras, sencillez y espontaneidad. Un estilo natural es el que nace del nivel lingüístico y del vocabulario del periodista que manifiesta una información, y no mediante términos y expresiones prestados. Una expresión propia puede resultar natural.

Valente (2019), recoge las definiciones de: Vocabulario, tipos de vocabulario y la jerga.

**Vocabulario:** Es el grupo de términos que conforman un lenguaje; cambia para cada idioma y posee como una importante característica, la de ir transformándose con el pasar del tiempo, debido al abandono o agregado de ciertas palabras. Por otro lado, mientras el vocabulario es una invención social que tiene como principal objetivo, la comunicación entre las personas, también pueden crearse vocabularios individuales que tienen que ver con la elaboración de términos personalizados que únicamente el individuo en cuestión puede entender del todo.

#### **Tipos de vocabulario:**

**Vocabulario activo:** Es aquel que un individuo, no sólo comprende por sí solo, sino que también emplea de forma recurrente al momento de manifestarse.

**Vocabulario pasivo:** Es aquel que una persona puede comprender sin ningún tipo de inconveniente, pero que después no es capaz de emplear a la hora de manifestarse, ya sea por vía oral o escrita.

**Jerga:** Es una variante de la lengua estándar, la cual utiliza un vocabulario especial con el objetivo de diferenciar a los grupos sociales o de ocultar el verdadero significado de las palabras.

Iñigo, Martín y Puebla (s.f.), en su libro “Apuntes para la Formación-Redacción Periodística”, definen: Tono, estilo directo e indirecto y detalla algunas reglas:

**El tono:** También llamado ritmo. La información debe enfocarse en la fuerza del contenido que ofrece y también debe tener ritmo, evitando la monotonía en su construcción para que el público no se aburra.

Cada comunicador opta por utilizar un estilo directo o indirecto.

**Estilo directo:** Se debe ser concreto y preciso. Las reglas son:

- Relato impersonal: el comunicador nunca informa en primera persona, pues no debe plasmar lo que siente. Debe ser más objetivo.
- Tiene que responder a las seis preguntas del periodismo: qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué.
- Los datos de la información deben estructurarse en forma de pirámide invertida: lo más importante al principio y lo menos al final.
- Si se incluyen datos subjetivos, como opiniones, explicaciones, el comunicador jamás los hará suyos, los debe asociar a una fuente.
- Lenguaje aséptico y descriptivo, sobrio y escueto; no emplear adjetivos calificativos, ni palabras con doble significado.

**Estilo de color o indirecto:** Consiste en humanizar al estilo directo, se trata de transferir imágenes mediante las palabras.

- La o el periodista existe, puede aparecer. Lo normal es que incluya sus propias sensaciones y vivencias.
- Los protagonistas son más humanos: personas con un nombre, sexo, edad, ideas, etc.
- Mostrar la voz de los personajes: Las declaraciones.
- Mostrar la vida del personaje: Anécdotas.
- Humanizar al receptor: Nos dirigimos a una audiencia conocida.
- Contextualizar el hecho en el mundo real.
- La literatura se utiliza, a través de estrategias, para dar vida al relato.
- Utilizar descripción y narración, citas, diálogos y declaraciones. El diálogo y la narración ayudan al desarrollo de la noticia, además de introducir personajes secundarios que dan vida al relato.

## **Estilo periodístico en programas deportivos en televisión**

En la evolución del lenguaje periodístico, el periodismo deportivo ha ido marcando tendencias con un estilo propio y estableciendo una nueva forma de presentar la información, a través de un lenguaje común, accesible y atractivo para el público. Al combinar espectáculo con información y emociones con datos, todo mediante un lenguaje universal, el periodismo deportivo obtiene mayor acercamiento con su público y amplía su complicidad entre los aficionados, periodistas y medios de comunicación. Rojas (como se citó en Chávarry, 2019).

Toda especialidad en el periodismo posee sus propias características y el periodismo deportivo no es la excepción; por ejemplo, su lenguaje marcado sobre todo por el tono cercano y popular con el que se comunica las informaciones o con el que se habla en los programas televisivos. (Edesa, 2014).

Esta especialización del lenguaje le brinda a la información deportiva en televisión: Emoción, viveza, complicidad con la audiencia, colorido, y capacidad de referirse de forma precisa a aspectos muy diversos relacionados con el juego. Así mismo, algunas de las cualidades del lenguaje deportivo son la innovación, los anglicismos, el lenguaje figurado, el fondo épico, la sustanciación del adjetivo, etc. (Paniagua como se citó en Ávila y Zarabia, 2017).

En el mismo sentido Moso (2019), sostiene que el estilo periodístico utilizado por los periodistas deportivos en televisión va ligado a un lenguaje sacado de las palabras de los diálogos entre los técnicos y los atletas, de algunos nombres de las reglas de los deportes y del vocabulario coloquial que puedan tener los aficionados, lo cual hace que se diferencie del resto. El público no solo busca informarse, sino también entretenerse con el estilo con el que aborda la noticia, el periodista.

Entonces, el periodismo deportivo en televisión es una de las áreas más especializadas a la hora de comunicar, su estructura, su lenguaje y su estilo, lo convierten en un formato exclusivo que requiere de un pre conocimiento para realizarlo, un periodista deportivo tiene que estar preparado para analizar y dialogar cualquier función deportiva. (León, 2016).

### **Periodismo deportivo**

El periodismo deportivo es la rama que se centra en comunicar y darle relevancia a temas relacionados con el deporte local e internacional. Los periodistas deportivos realizan entrevistas, coberturas exclusivas, reportajes, etc., en los cuales brindan críticas y exponen toda la información deportiva, además de popularizar la cultura del deporte. Sus fuentes son, federaciones, deportistas, clubes, entrenadores, entre otros. Todos ellos permanecen ligados a la actividad deportiva, y gracias a lo que tengan que manifestar, y según el criterio del periodista para darle o no relevancia a esa información, el espectador estará más conforme con lo recibido. (Chávarry, 2019).

Para el mismo autor Chavarry (2019), el periodismo deportivo es una especialidad del periodismo que más ha evolucionado, a tal punto de ser cada vez más atractiva para los jóvenes que se interesan por incursionar en el mundo del deporte y cubrir eventos de gran magnitud. En el mismo sentido, Tuquerres (2019), afirma que en la actualidad el periodismo deportivo es el producto informativo más demandado, el de

mayor alcance social y el más consumido en muchos países de América Latina y Europa Meridional.

### **Género del periodismo deportivo (Informativo)**

Gargurevich (como se citó en Hualla y Yuca, 2018), define los géneros periodísticos: “Son las maneras que el comunicador averigua para manifestarse, haciéndolo de forma diferente, según la particularidad de la noticia, su interés y el objetivo de su publicación”.

Cabe resaltar que el periodista deportivo debe informar con objetividad, no debe distorsionar la información. García (2015), define al género informativo más utilizado en el periodismo deportivo: La noticia.

**Noticia:** Es la narración que el comunicador elabora y publica sobre un suceso real, novedoso e inédito que genera repercusión en la sociedad. Los hechos se convierten en noticias por su actualidad, por la curiosidad de lo que acontece, por el conflicto, por el suspenso que generan, por la proximidad física o psicológica que los acontecimientos tienen con la vida del público, por la relevancia de los personajes involucrados y hasta por la emoción que despiertan.

En el mundo deportivo, la noticia significa relatar, recoger testimonios e informar sobre hechos deportivos, comunicar los resultados de los encuentros deportivos, las declaraciones de los deportistas, entrenadores, expertos en temas deportivos, fanáticos, etc.

### **Programas deportivos en televisión**

El espectáculo deportivo va apegado a los medios de comunicación, es gracias a esto, que el deporte ha ido evolucionando en infraestructura, difusión y masificación. (Pardo, 2016). Asimismo, según Edesa (2014), la televisión y el periodismo deportivo han tenido un avance con el correr de los años, ambos se han retroalimentado, ya que, desde el principio, la televisión supo valorar la importancia del deporte en las sociedades de todo el mundo.

Los programas deportivos cubren certámenes deportivos y abarcan diferentes disciplinas deportivas, entre las cuales, a nivel nacional, latinoamericano y mundial sobresale el fútbol. Es gracias al fútbol que el periodismo deportivo en televisión ha conseguido un gran alcance, con las transmisiones de los encuentros futbolísticos, informaciones, el análisis, principales actores del juego, entre otros aspectos. (Chávarry, 2019).

Mendoza (2018) señala que se evidencia notoriamente como el periodismo deportivo en televisión se ha servido principalmente del fútbol, como la actividad que ha despertado pasión de masas y por consecuencia, ha generado una gran demanda de todo lo relacionado a este deporte, para tener un alcance notable, por lo cual la televisión cubre desde todos los ángulos, los hechos futbolísticos y de otros deportes en general”.

La cobertura periodística televisiva de deportes ofrece información sobre acontecimientos deportivos de gran importancia para la sociedad, o sobre protagonistas de alguna disciplina cuya valoración del público sea alta. En el caso del fútbol, la cobertura informativa se orienta a los principales jugadores del encuentro, al análisis de

los partidos de fútbol, la táctica de los equipos, los fanáticos y otros pormenores que ensalzan la cobertura, y la hacen más atractiva para el televidente. (Chávarry, 2019).

Los programas de resumen futbolístico brindan al espectador las mejores jugadas de los encuentros que se desarrollan en una jornada. Además, acercan la realidad y emoción de lo experimentado en directo tan solo unas horas después que finalicen los compromisos. El aficionado de un equipo quiere ver que pasó en el partido y disfrutar, ante todo, de las mejores jugadas y de los goles”. (Bonaut, 2014, p. 2).

Entonces, la televisión se presenta como el medio idóneo para el deporte, puesto que existe un gran interés del público por enterarse de los eventos deportivos a través de producciones deportivas televisivas. El contenido deportivo se encuentra en segmentos en los telediarios, magazines semanales, programas únicamente deportivos, como también, en espacios de carácter netamente informativo, transmisiones en vivo y hasta en canales únicamente deportivos. (Cebrián como se citó en Velásquez, 2015).

### **La previa deportiva en televisión**

Dentro de algunos programas deportivos se encuentra la sección “La previa”, la cual se define como “Algo anticipado, que va delante o que sucede primero”. (Real Academia Española, s.f., definición 3). Por lo cual, dentro del periodismo deportivo sería una “crónica” que muestra lo que sucede antes de un evento deportivo.

Antes de un evento deportivo, la prensa deportiva trata de narrar los pormenores previos: ¿Dónde se llevará a cabo?, ¿Por qué se va a realizar?, ¿Quiénes lo protagonizarán?, entre otros aspectos que buscan generar expectativa en el público y prepararlos para ser testigos del evento deportivo. Los periodistas deportivos consiguen estas informaciones y, evaluando su relevancia, las comunican; tienen que estar ampliamente capacitados para saber manifestar los datos que consideren importantes al momento de recibirlos, pues estos deben ser de interés para los televidentes. (Chávarry, 2019).

La previa es un grupo de informaciones, acciones publicitarias, actos, programas y comentarios que un hecho deportivo origina antes de su ejecución. Sin embargo, la previa deportiva no es un género o subgénero en sí mismo. (De Araujo, como se citó en Román 2015). No obstante, para Martínez Albertos en su Curso General de Redacción Periodística citado en Román, 2015 (p. 8), concluye que: “La Previa deportiva es un nuevo género a caballo entre la noticia y la crónica, pero con la particularidad de relatar un hecho que ocurrirá en el futuro y no en el pasado. Se podría decir que es un género del periodismo especializado, puesto que se introduce en la sección de deportes de los medios y dentro del área de especialización del periodismo deportivo”.

Asimismo, Román (2015, p. 216) sostiene que hay una desemejanza notoria entre la previa y la crónica. Se debe dar la razón a quienes entienden a la previa deportiva como un género autónomo, puesto que es una información en la que se aborda un hecho deportivo desde las previsiones y el análisis de lo que acontecerá y las previsibles consecuencias que pueda tener un resultado u otro del acontecimiento deportivo. Por su parte la crónica se centra en contar un acontecimiento ya ocurrido, con literatura y decoro en la narración, pero al fin y al cabo relata un suceso del pasado. Por lo tanto, la previa deportiva tiene características propias, peculiares y particulares, con las cuales se le podría considerar como un género autónomo.



## Materiales y métodos

La presente investigación, siguió la metodología cualitativa, analizando un segmento deportivo televisivo con la intención de detectar y responder a las interrogantes formuladas durante el proceso investigativo. “Cualitativo es un adjetivo que nombra a aquello asociado a la cualidad, por tanto, un análisis cualitativo está dirigido a descubrir las características de algún objeto de estudio”. (Pérez y Merino, 2014).

Portilla, Rojas y Hernández (2014), exponen que una investigación cualitativa es el método científico de observación que permite recopilar datos no numéricos, se utilizan técnicas de tipo interpretativo como entrevistas, discusiones, encuestas o técnicas de observación, etc., que permiten averiguar fenómenos de estudio, tornándolos visibles y convirtiéndolos en un grupo de representaciones observables como documentos, anotaciones y grabaciones, por lo cual sus dos propiedades fundamentales consisten en que es naturalista e interpretativa.

Asimismo, presentó un enfoque hermenéutico, que consistió en el intercambio constante de presunciones, tentativas, observaciones, expectativas, evaluaciones y verificaciones de datos, las cuales abrieron paso a nuevas interpretaciones que abarcan más información. La hermenéutica tiene como función, el análisis de textos, de discursos y de contenido, es decir, revelar e interpretar los objetos de estudio, obteniendo una mejor investigación. (Pérez, 2018).

Como objetos de investigación, se analizó 9 emisiones del segmento “La previa” del programa “Fútbol en América” en fechas específicas. El orden fue el siguiente:

**Tabla 1**

*Objetos de investigación*

Juan Carlos Orderique	1. La previa: Universitario de deportes vs Alianza Lima (1-0), 24/06/2013. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=PviRL3i9rMI&amp;t=7s">https://www.youtube.com/watch?v=PviRL3i9rMI&amp;t=7s</a>
	2. La previa: Juan Aurich vs Alianza Lima (0-0) de, 28/09/2014. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=stCSoLHrqZ0">https://www.youtube.com/watch?v=stCSoLHrqZ0</a>
	3. La previa: Perú vs Nueva Zelanda (2-0), 19/11/2017. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=cWsT1STDOW4">https://www.youtube.com/watch?v=cWsT1STDOW4</a>
Vladimir Vicentelo	4. La previa: Pacífico F.C. vs Alianza Lima (1-2), 30/05/2013. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=K_Ev0FvTEhk&amp;t=14s">https://www.youtube.com/watch?v=K_Ev0FvTEhk&amp;t=14s</a>
	5. La previa: Sport Huancayo vs Alianza Lima (0-1), 26/10/2014. URL: <a href="https://www.americatv.com.pe/deportes/futbol-en-america/alianza-lima-y-previa-vladimir-vicentelo-huancayo-n157485">https://www.americatv.com.pe/deportes/futbol-en-america/alianza-lima-y-previa-vladimir-vicentelo-huancayo-n157485</a>
	6. La previa: Perú vs Australia (2-0), 01/07/2018. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZFf2L_Xt0ek&amp;t=61s">https://www.youtube.com/watch?v=ZFf2L_Xt0ek&amp;t=61s</a>
Jorge Solari	7. La previa: Ayacucho F.C. vs Alianza Lima (1-2), 17/09/2017. URL: <a href="https://www.americatv.com.pe/deportes/futbol-en-america/solari-encontro-angry-birds-ayacucho-turisteando-fa-n292362">https://www.americatv.com.pe/deportes/futbol-en-america/solari-encontro-angry-birds-ayacucho-turisteando-fa-n292362</a>
	8. La previa: Perú vs Arabia Saudita (3-0), 03/06/2018. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=e5ttL-xhw-w&amp;t=136s">https://www.youtube.com/watch?v=e5ttL-xhw-w&amp;t=136s</a>
	9. La previa: Universitario de deportes vs Alianza Lima (2-0), 08/03/2020. URL: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=nRouCA_dE-E&amp;t=350s">https://www.youtube.com/watch?v=nRouCA_dE-E&amp;t=350s</a>

*Apreciación:* Se presentan las previas consideradas para la investigación y sus respectivos enlaces.

En la investigación, se analizó las características del segmento “La previa” y el estilo periodístico utilizado en 9 de sus emisiones, finalmente se comparó los estilos periodísticos de sus reporteros. Las 9 previas fueron seleccionadas mediante una muestra no probabilística por conveniencia.

Esta técnica del muestreo no aleatorio se utiliza para realizar estudios de acuerdo a la facilidad de acceso a los objetos de estudio para formar parte de la muestra en un periodo de tiempo determinado o cualquier otra determinación práctica de un elemento particular. (Otzen y Manterola, 2017). En este caso, cualquier emisión del segmento “La previa” pudo ser incluida en la muestra.

#### Criterios de inclusión:

Se escogió 9 emisiones que correspondió 3 segmentos por cada periodista de “La previa”, para identificar los estilos periodísticos de cada uno y las características del segmento. No se analizó más emisiones porque se consideró que los estilos periodísticos utilizados en el resto de programas eran similares.

En tal sentido, se consideró previas que se realizaron en 2013 y 2014, puesto que en estos años se popularizó este segmento, también se tomó en cuenta una previa realizada en el contexto local y la última transmitida en el año 2020, antes de la suspensión de los partidos de fútbol debido a la pandemia por la Covid-19.

Fue interesante analizar los estilos periodísticos empleados a través de los años en este segmento en el contexto local, nacional e internacional donde se desarrollaron desde el 2013 hasta el 2020.

#### Criterios de exclusión:

No se estudió segmentos del mismo rubro de otros programas deportivos porque la mecánica es la misma. Además, “La previa”, a criterio del investigador, fue el segmento más reconocido por el público.

Como escenario de la investigación, se tomó a los programas deportivos en la televisión nacional, entre los que destacan: Teledeportes, Latina deportes, TVPerú Deportes, Fútbol en América, etc. Todos son espacios informativos y de debate. Se enfocan en la información futbolística.

En este caso, se estudió un segmento de Fútbol en América, programa de resumen futbolístico emitido los domingos a las 10:30 de la noche por América Televisión hasta la actualidad, antiguamente llamado “O11CE” y “Fútbol total” (desde el 6 de abril de 1997), con Lucho Trisano (entre 1997 - 1998), Eddie Fleischman (entre 1998 - 2001), posteriormente desde el 2002, con Gonzalo Nuñez y Erick Osos; y actualmente conducido por Erick Osos, Richard de la Piedra y Oscar del Portal.

En este Programa se muestran los resúmenes de los partidos de fútbol disputados por clubes nacionales e internacionales, así como también de los encuentros de las selecciones de los diferentes países cuando participan en certámenes y campeonatos futbolísticos.

Dentro de Fútbol en América, se analizó al segmento “La Previa” que se emite antes de repasar los mejores momentos de los partidos de fútbol, donde se muestra a los jugadores, comando técnico, hinchas, personajes mediáticos, ex jugadores, ex técnicos deportivos, periodistas deportivos, etc., que acuden al estadio y se recogen sus testimonios.

Los encargados de este segmento efectúan viajes constantemente para realizar “Las previas”, tanto a nivel nacional como internacional, según donde se desarrolle el evento deportivo. El segmento estuvo a cargo de los reporteros Juan Carlos Orderique, Vladimir Vicentelo y Jorge Solari, siendo los dos últimos los que se mantienen hasta la fecha.

Para llevar a cabo la investigación se empleó la técnica del análisis del discurso, lo que hace referencia al estudio de toda información producida por alguien en una situación de comunicación interpersonal, sea escrita, oral o filmada. (Araujo, 2019).

El análisis conseguido a partir del discurso estudia meticulosamente la reflexión escrita y hablada como una manera de uso de la lengua, como suceso comunicativo e interactivo. Estudiar discursos es una inclinación que obtiene considerable aceptación en las ciencias sociales y humanas. (Armas, 2019).

Asimismo, se utilizó como instrumento a la ficha de análisis para examinar cada emisión del segmento deportivo “La previa” emitido en el programa “Fútbol en América”.

Las fichas de análisis, elaboradas por el propio investigador, son instrumentos de investigación que se emplean para recolectar y estructurar analíticamente los datos sobre una obra y su autor, orientados a cumplir objetivos específicos. Así mismo, en estas se expresan opiniones y juicios críticos del investigador sobre algún tema, que se basan en los criterios de la tabla de síntesis. (Del Moral y Rodríguez, 2021).

Todas las fichas de análisis aplicadas fueron validadas por especialistas en periodismo deportivo. (Ver anexos: 1 y 2).

Se condensó la información en 3 fichas de análisis:

## **Tabla 2**

### *Características del segmento deportivo televisivo “La previa”*

<b>Características identificadas</b>	<b>Especificaciones</b>
<b>Informativo</b>	
<b>Entretenimiento</b>	
<b>Fuentes</b>	
<b>Turismo</b>	
<b>Publicidad</b>	
<b>Fechas importantes</b>	

Elaboración propia.

**Tabla 3***Análisis del estilo periodístico de “La previa”*

<b>Indicadores</b>	<b>Síntesis</b>
<b>Vocabulario</b>	
<b>Claridad</b>	
<b>Corrección</b>	
<b>Concisión</b>	
<b>Sencillez</b>	
<b>Agilidad</b>	
<b>Naturalidad</b>	
<b>Tono</b>	
<b>Estilo directo o indirecto</b>	

Elaboración propia.

**Tabla 4***Cuadro comparativo de los estilos periodísticos de los reporteros del segmento “La previa”*

<b>Juan Carlos Orderique</b>	<b>Vladimir Vicentelo</b>	<b>Jorge Solari</b>

Elaboración propia.

El procedimiento de recolección de datos consistió en transcribir los datos obtenidos y ordenarlos por rubros, respondiendo a cada objetivo específico:

1. En primer lugar, se realizó fichas de análisis en las que se identificó los estilos periodísticos de los reporteros: Juan Carlos Orderique, Vladimir Vicentelo y Jorge Solari.
2. Luego, la información obtenida de los 9 programas, se condensó en 3 fichas de análisis correspondientes a cada objetivo específico.
3. Para el primer objetivo específico, se presentó: Tabla 2: *Características del segmento televisivo “La previa”*, en la que se identificó las características del programa. (Ver anexos: 3). Además, se elaboró esquemas con ejemplos.
4. Para el segundo objetivo, se presentó: Tabla 3: *Análisis del estilo periodístico de La previa*, en la que se sintetizó los estilos periodísticos de los reporteros.

5. Para el tercer objetivo se presentó: Tabla 4: *Cuadro comparativo de los estilos periodísticos de los reporteros del segmento “La previa”*, en la que se cotejó los estilos periodísticos propios de cada reportero.
6. Finalmente, se realizó la discusión de resultados.

La presente investigación “Análisis del estilo periodístico y de las características del segmento La previa del programa deportivo Fútbol en América” se basó en el principio de la honestidad, pues no existió plagio, al haber otorgado el crédito y reconocimiento a los autores citados de acuerdo a los criterios de las normas APA.

La honestidad intelectual en referencia a las fuentes hace que una investigación sea honesta, la cual brinda el reconocimiento al trabajo de otros, enseña que los resultados de las investigaciones no deben modificarse y menos aún si se van a publicar, muestra rigor científico, llega al fondo de los resultados, reporta los datos experimentales de manera verídica y entrega resultados válidos. (Maldonado, 2015).

## Resultados y discusión

### Resultados

**Objetivo I:** Identificar las características del segmento “La previa” como una forma diferente de hacer periodismo deportivo en la televisión nacional.

Se presenta en esquemas, los ejemplos ordenados de las 6 características identificadas en el segmento “La previa”:

**Figura 1**

*Característica: Informativo*

Ciudades	Acontecimientos previos	Datos de los equipos	Estadios
<ul style="list-style-type: none"> <li>A nivel nacional: Chiclayo, Huancayo, Ayacucho, Huacho, Lima, etc.</li> <li>A nivel internacional: Sochi (Rusia), San Galo (Suiza), etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El clima.</li> <li>Movilización de los jugadores desde su concentración hasta el estadio de fútbol.</li> <li>Manifestaciones de los hinchas de los equipos deportivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Posición en la tabla del campeonato: “Vinieron a ver al equipo puntero del torneo”. (Alianza Lima)</li> <li>Los jugadores que disputarán el encuentro: “Hoy vuelve Guerrero”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elías Aguirre, Matute, Estadio Monumental, etc.</li> </ul>

**Figura 2**

*Característica: Entretenimiento*

Recursos dinámicos	Humor	Expresiones jocosas	Talento de las fuentes	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Frases de doble sentido: “Mi más sentido pésame”. (Van a perder el partido)</li> <li>Apelativos (las chapas): “Pedro Picapiedra”, “Goku”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jergas: “Cecilia”: Sed, “Sacar”: Reconocer</li> <li>Diminutivos: “Papito”, “Ratoncitos”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se muestran las tomas falsas y bloopers etc.</li> <li>Se cuentan chistes, anécdotas cómicas, etc.</li> <li>Se invita a humoristas: Miguel Moreno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“Lo que él no sabe es que aquí en Fútbol en América su saludo no va a salir”.</li> <li>“Ya me estoy empezando a sentir extasiado jajaja”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baile, canto, imitación, declamación, etc.</li> </ul>

**Figura 3***Característica: Fuentes*

Jugadores de fútbol	Otras fuentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Christian Cueva</li> <li>• Luis Trujillo</li> <li>• Koichi Aparicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roberto Palacios (Ex jugador de fútbol)</li> <li>• Papá de Miguel Trauco</li> <li>• Romina Vega (Periodista de ESPN)</li> </ul>

**Figura 4***Característica: Turismo*

Lugares turísticos	Espacio turístico	Gastronomía típica	Bailes y canciones tradicionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Museo arqueológico de Huari, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turisteando con Fútbol en América. (F.A.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arroz con pato</li> <li>• Ceviche de conchas negras</li> <li>• Pachamanca, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danza de las tijeras, huayno, etc.</li> <li>• Muchacha huancavelicana (canción), etc.</li> </ul>

**Figura 5***Característica: Publicidad*

Auspiciadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recogen testimonios en un evento realizado por la cerveza Cristal, donde también se promociona la marca: “¿Cómo la estás pasando aquí en la barra Cristal?”</li> </ul>

**Figura 6***Característica: Fechas importantes*

Celebraciones
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Hoy celebramos el Día Internacional de la Mujer en Fútbol en América, nosotros estamos listos pero vamos a ver si todos están preparados para esta celebración”</li> </ul>

**Objetivo II:** Explicar las características propias del estilo periodístico del segmento “La previa”: Claridad, corrección, concisión, sencillez, agilidad y naturalidad; el vocabulario, el tono y el estilo directo o indirecto.

**Tabla 3**

*Análisis del estilo periodístico de la previa*

<b>Indicadores</b>	<b>Síntesis</b>
<b>Vocabulario</b>	En general, se aplicó un vocabulario activo, porque se utilizó palabras cotidianas que el público entendió y apelativos (las chapas) para dirigirse a las fuentes y al camarógrafo. Juan Carlos Orderique, empleó las frases propias, los diminutivos, las expresiones jocosas, los chistes y el sarcasmo con humor. Vladimir Vicentelo, usó las jergas al hablar con las fuentes, realizó comentarios sarcásticos y subidos de tono. Jorge Solari, realizó comentarios divertidos y preguntas sarcásticas.
<b>Claridad</b>	Se comunicó de manera entendible al dirigirse a la teleaudiencia, al realizar preguntas e interactuar con las fuentes.
<b>Corrección</b>	Se usó apropiadamente el significado de las palabras al comunicar, evitando contradicciones y ambigüedades.
<b>Concisión</b>	Se empleó frases cortas, solo con palabras indispensables para manifestarse con el público.
<b>Sencillez</b>	Se utilizó un lenguaje simple, con expresiones coloquiales, para comunicarse con las fuentes y dirigirse a la audiencia.
<b>Agilidad</b>	Se informó de forma rápida y ligera, condensando la información en expresiones breves.
<b>Naturalidad</b>	Se comunicó con frases propias y espontaneas, además se realizó preguntas adecuadas y sencillas con relación a la temática del programa.
<b>Tono</b>	Se evitó la monotonía empleando preguntas sarcásticas, y frases con fuerza y ritmo al expresarse con el público.
<b>Estilo directo o indirecto.</b>	En general, se utilizó el estilo indirecto porque se incluyó sensaciones y vivencias propias de los reporteros, asimismo, se mostró declaraciones y anécdotas de las fuentes. Se empleó estrategias para dar vida a los relatos: Juan Carlos Orderique, usó las frases graciosas. Vladimir Vicentelo, manejó las expresiones coloquiales y subidas de tono. Jorge Solari, recurrió al sarcasmo.

*Apreciación:* Esta síntesis se obtuvo del análisis de los 9 programas de “La previa” considerados como objetos de estudio para la investigación.



**Objetivo III:** Comparar los estilos periodísticos de los reporteros del segmento “La previa” del programa deportivo televisivo “Fútbol en América”.

**Tabla 4**

*Cuadro comparativo de los estilos periodísticos de los reporteros del segmento la previa*

Juan Carlos Orderique	Vladimir Vicentelo	Jorge Solari
<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizó un lenguaje coloquial: “Papito déjame chamber”.           <ul style="list-style-type: none"> <li>Se caracterizó por ser sarcástico: “La gente viene a ver el partido en 3D”.</li> <li>Utilizó los apelativos: “Pepe Lucho de la teleferia”.</li> <li>Utilizó una frase característica: “La previa, el color y todos los detalles en Fútbol en América”.</li> <li>Mencionó al editor y a su camarógrafo: “Manrique, mi querido Rafael Rodriguez”.</li> <li>Manifestó frases propias: “Papito lindo”, “Lo que él no sabe es que aquí en Fútbol en América su saludo no va a salir”, “Ya me empiezo a sentir extasiado”, “Nooo, jajaja” (Risa peculiar).</li> <li>Utilizó los diminutivos. “Papito lindo”, “Ratoncitos”.</li> <li>Utilizó los halagos: “Mi reina hermosa”, “Que linda la señora”.</li> <li>Recurrió a los chistes para interactuar con el público. “Vamos con el chiste mi hermano”.</li> <li>Formuló la misma pregunta a las fuentes para recoger sus testimonios: “¿Cómo la estás pasando aquí en la barra Cristal?”.</li> <li>A veces recurrió a las lisuras y a las palabras de doble sentido.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizó un lenguaje coloquial: “Ya maestro dos luquitas nada más, ya lo enyucamos”</li> <li>Empleó las jergas: “Cecilia”: Sed, “Pata”: Amigo.</li> <li>Utilizó los apelativos: “Goku de Huancayo”.</li> <li>Utilizó las expresiones jocosas: “Y así empezamos la previa con esta sarta de Chuckys”.</li> <li>Expresó frases que lo identificó. “Una vueltitita”, “Tranquilos ha, ya saben, no vayan a meter golpe”.</li> <li>Mencionó a su camarógrafo: “Monito, esto ya es lo máximo”.</li> <li>Realizó la misma pregunta a las fuentes para recoger sus testimonios. “¿Qué le quieres decir a esta selección que nos ha brindado esta fiesta bella?”.</li> <li>A veces utilizó frases de doble sentido. “Mi más sentido pésame” (Van a perder)</li> <li>Hizo comentarios sarcásticos. “A Huacho me fui ¿Quién diría no? Hasta Freddie Mercury le hizo una canción a esta tierra maravillosa”.</li> <li>Recurrió a los piropos al interactuar con las fuentes como un galán. “¿Qué haces tan solita acá? Una chica tan guapa”.</li> <li>Utilizó el lenguaje coloquial con deportistas y ex deportistas. “Tú fuiste bravo”, “Se ha pelao mis lentes”.</li> <li>Recurrió a los chistes para interactuar con el público. “A ver el chiste de mi amigo”</li> <li>Utilizó algunas lisuras y frases subidas de tono.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizó un lenguaje formal: “¿Usted quiere tomarse una foto conmigo?”</li> <li>A veces utilizó un lenguaje coloquial: “¿Cuántas chelas te has metido antes de venir?”.</li> <li>Utilizó muy poco los apelativos: “José Alberto el canario”.</li> <li>Realizó constantemente la misma pregunta, lo cual lo caracterizó: “¿Cómo me llamo?”.</li> <li>Tuvo una frase que lo identificó. “Turisteando con Fútbol en América”.</li> <li>Hizo comentarios sarcásticos: “Desde cuando los Angry Birds son de la ciudad de Huari”.</li> <li>Mencionó a su camarógrafo: “Martín, hemos llegado hasta San Galo aquí en Suiza”.</li> <li>Utilizó el sarcasmo al referirse a sí mismo: “Si le dieran a elegir una foto conmigo o con Guerrero ¿Con quién se toma?”.</li> <li>Formuló preguntas divertidas sin recurrir al doble sentido. “¿En Perú ha dejado otro cholito?”</li> <li>Aprovechó el que no lo reconozcan para realizar dinámicas. “Quien no sepa quién soy, no me tomo foto”.</li> <li>Formuló la misma pregunta a las fuentes para recoger sus testimonios: “¿Que se celebra hoy día?”.</li> <li>Recurrió a los chistes para interactuar con el público.</li> </ul>

*Apresiasión:* Se consideró similitudes y diferencias de los estilos periodísticos de los reporteros de La previa en las 9 emisiones analizadas.

## Discusión

### Objetivo I:

Los resultados del análisis demostraron que el segmento “La previa” presentó características particulares que lo identificaron: Informativo, entretenimiento, fuentes, turismo, publicidad y fechas importantes. De Araujo (como se citó en Román 2015), sostiene que la previa es un grupo de informaciones, acciones publicitarias, actos, programas y comentarios que un hecho deportivo origina antes de su ejecución. Asimismo, Román (2015) asegura que la previa deportiva tiene características propias, peculiares y particulares, con las cuales se le podría considerar como un género autónomo.

Hay otros estudiosos como Bonaut (2014), que afirma: “Los programas de resumen futbolístico brindan al espectador los mejores momentos de los encuentros deportivos que se desarrollan en una jornada. Además, acercan la realidad y la emoción al televidente, mostrando lo más resaltante de los compromisos. El aficionado de un equipo quiere ver que pasó en el partido y disfrutar, ante todo, de las mejores jugadas y de los goles”. Sin embargo, “La previa” resalta a los aficionados y los pormenores que engrandecen la cobertura periodística, y la convierten en más atractiva para el televidente; en tal sentido, el análisis demostró que, dentro de la televisión peruana, el segmento La previa de Fútbol en América representó un espacio único y una forma diferente de hacer periodismo deportivo, puesto que agregó diversas temáticas, entre las cuales, algunas no son muy comunes en este tipo de periodismo, con la finalidad de capturar al espectador.

Finalmente, este resultado se sustentó por la Teoría del Newsmaking que explica que los comunicadores son responsable de escoger y dar a conocer la información de la forma que crean conveniente, evidenciando sus ideologías profesionales, sus relaciones con las fuentes y las dinámicas en la toma de decisiones para seleccionar, proponer y construir los temas que se ofrecen al público. (Benavides, 2017).

### Objetivo II:

El análisis reflejó que los reporteros aplicaron correctamente las características del estilo periodístico: Claridad, corrección concisión, sencillez, agilidad, naturalidad, vocabulario activo, tono y estilo indirecto. En resumen, se expresaron con un lenguaje adecuado para el tipo de periodismo que se practicó, utilizaron un lenguaje informal con expresiones coloquiales al dirigirse a la audiencia y al interactuar con las fuentes de manera divertida.

La investigación se basó en que el estilo periodístico depende del momento en que se informa, del tema, del público para los que se informa y del enfoque personal. (Vivaldi como se citó en Machaca, 2017). Entonces, se entendió que el periodismo deportivo tiene un estilo activo y dinámico; dentro del cual, los aficionados y los no aficionados se sienten habituados con cierta jerga deportiva y un lenguaje coloquial. (Peschiera, 2016). Según el autor Rojas (como se citó en Chávarry, 2019), el periodismo deportivo ha ido marcando tendencias con un estilo propio y estableciendo una nueva forma de presentar la información, a través de un lenguaje común, accesible y atractivo para el público. Asimismo, algunas de las características del lenguaje deportivo son la innovación, los anglicismos, el lenguaje figurado, el fondo épico, la sustanciación del adjetivo, etc. (Paniagua como se citó en Ávila y Zarabia, 2017).

Finalmente, este resultado se diferenció de la investigación de Rosas (2015), en la que concluyó que los programas deportivos a criterio del espectador e investigador no estuvieron acorde con el contenido de los mismos; puesto que los telespectadores consideraron importante en la estructura de los programas, la presencia de periodistas especializados en fútbol, esto evidenció la importancia que tiene utilizar un estilo periodístico apropiado en un programa deportivo televisivo, para el público.

### **Objetivo III:**

La comparación de los estilos periodísticos de los reporteros de “La previa” señaló que son parecidos, puesto que obedecen a utilizar un lenguaje informal para interactuar con las fuentes y al dirigirse a la teleaudiencia. Cabe mencionar que los 3 reporteros emplearon correctamente términos netamente deportivos y un lenguaje adecuado que fueron entendidos por el público, asimismo, se caracterizaron por divertir al público con expresiones jocosas, sarcásticas, subidas de tono y humorísticas. Cada uno le puso su sello personal que lo identificó.

La especialización del lenguaje deportivo le brinda a la información deportiva en televisión: Viveza, emoción, colorido, complicidad con la audiencia, capacidad de nombrar de forma precisa aspectos muy variados relacionados con el juego. (Paniagua como se citó en Ávila y Zarabia, 2017). Al combinar información con espectáculo y datos con emociones, mediante un lenguaje universal, el periodismo deportivo obtiene mayor acercamiento con su público y aumenta su complicidad entre los periodistas, aficionados y medios de comunicación. Rojas (como se citó en Chávarry, 2019).

Este resultado se sustentó con la investigación de León (2016), en la que concluyó que el periodismo deportivo en televisión es una de las áreas más especializadas a la hora de comunicar. Su estructura, su lenguaje y su estilo periodístico lo convierten en un formato único, el cual requiere de un pre conocimiento para realizarlo. Un periodista deportivo tiene que encontrarse preparado para analizar y dialogar cualquier función deportiva con un lenguaje periodístico adecuado.

### **Conclusiones**

- El segmento “La previa” tiene características particulares: Informativo, entretenimiento, fuentes, turismo, publicidad y fechas importantes que lo transforman en un espacio único en cuanto a la forma de abordar la noticia deportiva, a su vez estas características lo convierten en un género periodístico autónomo y en una forma diferente de hacer periodismo deportivo en la televisión nacional.

- El estilo periodístico de “La previa” abarca: Vocabulario activo, se utiliza palabras cotidianas. Claridad, se comunica de manera entendible. Corrección, se usa apropiadamente el significado de las palabras, evitando contradicciones y ambigüedades. Concisión, se emplea solo las palabras necesarias y correctas para comunicar. Además, existe sencillez, agilidad, naturalidad, tono y estilo indirecto, estos parámetros permiten demostrar que se aplica un eficaz y buen lenguaje periodístico.

- Cada reportero del programa “La previa” demuestra un estilo propio. El lenguaje periodístico que identifica a Juan Carlos Orderique es su forma graciosa y particular de interactuar con las fuentes, utilizando los apelativos, los diminutivos, las frases propias y las expresiones jocosas. El reportero Vladimir Vicentelo se caracteriza por hacer uso de las

jergas, los apelativos, las palabras de doble sentido y las expresiones subidas de tono como recursos dinámicos. Por último, Jorge Solari tiene un lenguaje formal (utiliza muy poco el lenguaje coloquial) y recurre al humor empleando, en menor medida, los apelativos y realizando preguntas sarcásticas refiriéndose a sí mismo.

### **Recomendaciones**

La escuela de comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo debe desarrollar asignaturas y especialidades en periodismo deportivo televisivo, puesto que, es importante que los estudiantes amplíen sus conocimientos sobre esta rama del periodismo y puedan apostar por desenvolverse en programas similares a La previa. Asimismo, debe motivar a los estudiantes de comunicación a interesarse por el periodismo deportivo en televisión.

Se recomienda a los programas deportivos a seguir apostando por realizar “La Previa”, y a que no se limiten en solo informar sobre los eventos deportivos, sino a que también se exploten más las características de entretenimiento, de mostrar los lugares turísticos de las ciudades donde se desarrollen los encuentros deportivos y de conmemorar las fechas importantes, con el fin de captar a la audiencia y promover aspectos culturales.

Finalmente, se debe realizar más investigaciones considerando a la previa deportiva como un género periodístico autónomo y más estudios periodísticos de los segmentos de los programas deportivos en televisión.

## Referencias

- Araujo, M. (2019). *Estudio comparativo sobre el tratamiento periodístico de dos diarios deportivos locales, en relación a la selección peruana, mundial Rusia 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional USS. Obtenido de. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6370>
- Armas, J. (2019). *¿Por qué Analizar el Discurso?*. Obtenido de. <https://comunicacion.uaa.mx/revista/index.php/2019/01/23/por-que-analizar-el-discurso/>
- Ávila, H. & Zarabia, I. (2017). *Tratamiento informativo de las notas deportivas del diario de chimbote, durante los meses de febrero- abril del 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Santa]. Repositorio institucional UNS. Obtenido de. <http://repositorio.uns.edu.pe/handle/UNS/2999>
- Benavides, J. (2017). *El Newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances. Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 28-41. Ecuador. Obtenido de. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6057563.pdf>
- Bonaut, J. (2014). *Los programas de resumen futbolístico de TV durante el monopolio de la televisión pública: características y rasgos de innovación*. España.
- Chávarry, F. (2019). *Características del periodismo deportivo en el relato de suspensión de Paolo Guerrero – diario Depor*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional USMP. Obtenido de. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5260>
- Del Moral, M. & Rodriguez, J. (2021). *Ejemplo de Ficha De Análisis*.
- Edesa, M. (2014). *Los programas deportivos en televisión: La información como espectáculo*. [Tesis de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio UVA. Obtenido de. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/5749>
- García, A. (2015). *La importancia del manual como herramienta de aprendizaje del estilo periodístico. Una propuesta de guía de estilo para los estudiantes de periodismo*. [Tesis de grado, Universidad de Piura]. Repositorio institucional PIRHUA. Obtenido de. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/2268>
- Hualla, M. & Yuca, D. (2018). *El tratamiento periodístico de la cultura en los diarios de Arequipa: El pueblo, Correo y La republica en abril y mayo del 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín]. Repositorio institucional UNSA. Obtenido de. <http://bibliotecas.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7297>
- Iñigo, A. Martín, R. & Puebla, B. (s.f.). *Apuntes para la Formación, Redacción Periodística*.
- Iranzo, A. & Latorre, T. (2019). *La noticia: Manual práctico de redacción*. [Universitat Jaume I].
- Ledesma, L. (2015). *Análisis de la metodología en la enseñanza de la asignatura taller de creación literaria redacción y estilo periodístico para la aplicación en el proceso de aprendizaje*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio UG. Obtenido de. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9046>

- León, D. (2016). *Análisis del tratamiento de la noticia deportiva en los canales Claro Sports Colombia y Win Sports*. [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás de Aquino]. Repositorio institucional USTA. Obtenido de. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/3641>
- Loo J., Gámez, D., Lamarque, E., Domínguez, L. & Haber, Y. (2016). *Del Gatekeeper al Content Curator: cambiar algo para que no cambie nada*. Cuba. Obtenido de. [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N92/Varia/21\\_LooGamezLamarqueDomínguezHaber\\_V92.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N92/Varia/21_LooGamezLamarqueDomínguezHaber_V92.pdf)
- Machaca, I. (2017). *¿Cómo es el tratamiento periodístico del abuso sexual en los diarios Correo y Noticias durante Julio, Agosto, Octubre y Diciembre de 2016?*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín]. Repositorio institucional UNSA. Obtenido de. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/4537>
- Maldonado, J. (2015). *La metodología de la investigación*. Obtenido de. <https://www.gestiopolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Mendoza, M. (2018). *Características de las portadas periodísticas del diario Líbero y el periodismo deportivo – Eliminatorias al Mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio institucional USMP. Obtenido de. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4307>
- Montejo, A. (2015). *Análisis de la calidad del contenido periodístico de programas de opinión televisivos en Guatemala*. [Tesis de grado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio institucional URL. Obtenido de. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/01/Montejo-Andrea.pdf>
- Morales, J. (2015). *Escribir con Naturalidad*. Obtenido de. <https://elasombrario.com/escueladeescritores/escribir-con-naturalidad-1/>
- Moso, J. (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]. Repositorio institucional U LAS AMÉRICAS. Obtenido de. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/666>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Int. J. Morphol., 35(1):227-232. Obtenido de. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pardo, M. (2016). *Construyendo nuevos héroes: La cobertura periodística, los niños futbolistas y el negocio del fútbol*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. Obtenido de. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6600>
- Pérez, J. & Merino, M. (2014). *Definición de Cualitativo*. Obtenido de. <https://definicion.de/cualitativo/>
- Pérez, W. (2018). *Hermenéutica: una alternativa en la investigación cualitativa*.
- Peschiera, L. (2016). *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo*. Perú: Dialnet.

- Portilla, M. Rojas, A. & Hernández, I. (2014). *Investigación cualitativa: Una reflexión desde la educación como hecho social*. Año 3 Vol. 3 N° 2 – 2014 (Págs. 86-100) ISSN - 2322-9292.
- Real academia española: *Diccionario de la lengua española*. 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. Obtenido de. <https://dle.rae.es/previo> [2020].
- Román, A. (2015). *La previa deportiva como género periodístico. Una mirada desde el ámbito profesional*. España.
- Rosas, D. (2015). *Análisis de la situación de los programas deportivos dedicados al fútbol en los canales de televisión VHF de la ciudad de Guayaquil en el 2015*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional UG. Obtenido de. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8472>
- Sánchez, W. (2019). *Teorías del Periodismo*.
- Schäfer, S. (s.f.). *Periodismo Online*. [Universidad Católica Eichstätt-Ingolstadt]. Obtenido de. <http://www.periodismo-online.de/la-prensa/prensa/tema-4-lenguaje-periodistico/>
- Tuquerres, J. (2019). *Estudio del estilo periodístico utilizado en la sección deportiva del diario regional los Andes, periodo enero – julio de 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo] Repositorio institucional UNACH. Obtenido de. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6407/>
- Valente, M. (2019). *La jerga en el vocabulario de los estudiantes séptimo y octavo del centro educativo comunitario José Antonio Ponton Alausi 2017-2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional UNACH. Obtenido de. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6095>
- Velásquez, J. (2015). *Espectacularización del deporte en la TV: El caso del programa de televisión de lucha libre RAW Supershow*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional PUCP. Obtenido de. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6645>

**Anexos**

Anexo 1

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Mediante la presente, el Licenciado en Comunicación y Editor Digital del diario Depor con especialidad en Gestión Deportiva, Lic. Luis Arturo Reyes Barboza, deja constancia de haber revisado el instrumento: Ficha de análisis, que el investigador Luis Fernando Lopez Silva aplicará para su trabajo de tesis **“ANÁLISIS DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO LA PREVIA DEL PROGRAMA DEPORTIVO TELEVISIVO FÚTBOL EN AMÉRICA”**.

Dicho instrumento demuestra con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Lic. Luis Arturo Reyes Barboza garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el investigador.

Chiclayo, 20 de julio de 2020

Firma:

The image shows a handwritten signature in black ink that reads "L. Arturo Reyes B". Below the signature is a horizontal line, and to the right of the line is a circular fingerprint.

DNI: 72936316



Anexo 2

## **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**


Mediante la presente, el Licenciado en Comunicación y Periodista de RPP Noticias, Lic. Víctor Paul Pérez Rioja, deja constancia de haber revisado el instrumento: Ficha de análisis, que el investigador Luis Fernando Lopez Silva aplicará para su trabajo de tesis **“ANÁLISIS DEL ESTILO PERIODÍSTICO Y DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO LA PREVIA DEL PROGRAMA DEPORTIVO TELEVISIVO FÚTBOL EN AMÉRICA”**.

Dicho instrumento demuestra con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Lic. Víctor Paul Pérez Rioja garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el investigador.

Chiclayo, 20 de julio de 2020

Firma:



DNI: 45849532

## Anexo 3

**Tabla 2***Características del segmento deportivo televisivo la previa*

<b>Características identificadas</b>	<b>Especificaciones</b>
<b>Informativo</b>	Se informó las ciudades donde se desarrollaron los eventos deportivos, acontecimientos previos al encuentro deportivo, datos sobre los equipos de fútbol. (Clubes deportivos y selecciones nacionales), los nombres de los estadios donde se llevaron a cabo los encuentros deportivos.
<b>Entretenimiento</b>	Se utilizó: Frases propias, frases de doble sentido, expresiones jocosas y subidas de tono, apelativos (las chapas), jergas, diminutivos, etc., para provocar un ambiente divertido y entretenido. Se recurrió el humor para dinamizar el espacio. Se entrevistó a imitadores humorísticos. Se mostró el talento de las fuentes.
<b>Fuentes</b>	Se entrevistó y se recogió los testimonios de las fuentes de manera informal, como si fuera una conversación de amigos, a jugadores de fútbol, ex jugadores de fútbol familiares de los jugadores de la selección peruana, periodistas deportivos, aficionados, etc.
<b>Turismo</b>	Se mostró los lugares turísticos de las ciudades (Cusco, Huancayo, Ayacucho Chiclayo, Trujillo, etc.) donde se llevaron a cabo los partidos de fútbol. El reportero Jorge Solari dentro de las emisiones de La Previa que tuvo a cargo, incluyó un espacio dedicado a mostrar los lugares turísticos. Se mostró la gastronomía típica de las ciudades donde se desarrolló “La previa”. Se mostró bailes tradicionales y canciones típicas de las regiones del Perú.
<b>Publicidad</b>	Dentro de algunas emisiones se promocionó las marcas que auspiciaron al segmento la previa. Se recogió testimonios en los eventos realizados por sus auspiciadores y se promocionó la marca.
<b>Fechas importantes</b>	Se recordó acontecimientos importantes para enfocar las preguntas a las fuentes de acuerdo a esa temática.

*Apreciación:* Las características fueron identificadas a partir de la observación de las 9 emisiones de la Previa consideradas para la investigación.