



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Desinformación periodística deportiva digital: análisis de las
consecuencias en los lectores del diario Depor

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Herrera Mendoza, Leo Daniel (orcid.org/0000-0002-8401-0569)

Pascual Rengifo, Kiler Jaime (orcid.org/0000-0001-9320-910X)

ASESORA:

Mg. Beltran Pelaez, Giovanna Maryurith (orcid.org/0000-0001-9149-3055)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a nuestros padres y a nuestras hermanas por su gran apoyo incondicional durante este trayecto hacia el título profesional. También a nuestros familiares más cercanos y personas que confiaron en nosotros.

Agradecimiento

Primeramente, agradecemos a Dios por darnos la fortaleza de seguir adelante ante cualquier adversidad, a nuestra familia por confiar en nosotros en todo el proceso académico y profesional, así mismo, a todas las personas importantes y especiales que nos ayudaron y motivaron, y finalmente a cada uno de nuestros asesores por sus enseñanzas y paciencia.

Índice de contenidos

<i>Dedicatoria</i>	<i>ii</i>
<i>Agradecimiento</i>	<i>iii</i>
<i>Índice de contenidos</i>	<i>iv</i>
<i>Resumen</i>	<i>v</i>
<i>Abstract</i>	<i>vi</i>
<i>I. INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>II. MARCO TEÓRICO</i>	<i>3</i>
<i>III. METODOLOGÍA</i>	<i>9</i>
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.1.1. Tipo de investigación	9
3.1.2. Diseño de investigación.....	9
3.2. Categorías y subcategorías.....	10
3.3. Escenario de estudio	10
3.4. Participantes	11
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.6. Procedimientos.....	12
3.7. Rigor científico.....	12
3.8. Método de análisis de datos cualitativos	13
3.9. Aspectos éticos	13
<i>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</i>	<i>14</i>
<i>V. CONCLUSIONES</i>	<i>20</i>
<i>VI. RECOMENDACIONES</i>	<i>21</i>
<i>REFERENCIAS</i>	<i>22</i>
<i>ANEXOS</i>	

Resumen

La presente investigación titulada “Desinformación periodística deportiva digital: análisis de las consecuencias en los lectores del diario Depor”, tuvo como objetivo general analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor en la ciudad de Trujillo.

La metodología que se utilizó fue de enfoque cualitativo, de tipo aplicada, así mismo, el diseño fue fenomenológico. Los instrumentos que se aplicaron fueron una guía entrevista y un focus group, con la participación de expertos de la rama periodística deportiva y cinco lectores con un rango de 18 a 25 años de edad.

Los resultados obtenidos, mediante los instrumentos realizados, evidenciaron que muchas publicaciones difundidas por Depor son informaciones sin confirmar, por lo tanto, utilizan información falsa, fomentando de cierta forma el engaño en sus lectores y a su vez, manipulando y ocasionando confusión por las noticias difundidas.

Palabras clave: desinformación deportiva, digital, fake news, posverdad, sensacionalismo, falta de credibilidad, noticia, fuentes de información.

Abstract

The general objective of this research entitled "Digital sports journalistic disinformation: analysis of the consequences on the readers of the newspaper Depor" was to analyze the consequences of digital sports journalistic disinformation on the readers of the newspaper Depor in the city of Trujillo.

The methodology used was qualitative, applied, and the design was phenomenological. The instruments used were an interview guide and a focus group, with the participation of experts in the field of sports journalism and five readers between 18 and 25 years of age.

The results obtained through the instruments showed that many publications disseminated by Depor are unconfirmed information, therefore, they use false information, encouraging in a certain way the deception in their readers and at the same time, manipulating and causing confusion by the news disseminated.

Keywords: sports disinformation, digital, fake news, post-truth, sensationalism, lack of credibility, news, information source

I. INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo digital se basa cada vez en las nuevas tecnologías para tener un mejor desarrollo comunicacional, ya sea, en las páginas webs como en redes sociales. Con el transcurrir del tiempo el ciberespacio se ha transformado evidentemente en unas de las herramientas más primordiales para mantener a la sociedad comunicada e informada (Amerike, 2019).

España, es el país donde su población sigue el deporte con una mayor frecuencia, según esta investigación global sobre la consumición de contenidos deportivos realizado por Perform, exactamente las disciplinas preferidas por el público son; formula 1 (45%), moto GP (33%), fútbol (62%), tenis (42%) y básquet (36%). Así mismo, el informe recolecta que aproximadamente 11 millones de lectores buscan informaciones por intermedio de las plataformas digitales (Osorio y Torrego, 2022, p.144).

Los medios digitales y el ciberespacio han transformado la vida de los lectores, así como sus perspectivas y proyecciones, los usuarios no solamente lo utilizan para mantenerse informados o actualizados, sino también para intercambiar diversas opiniones entorno a los diferentes temas deportivos, puesto que, diariamente se publican y difunden nuevas informaciones con total rapidez. (Sanderson, 2022)

Por otro lado, para hablar de desinformación Moravec (2019) señala que, los medios en muchas ocasiones divulgan las noticias prematuramente, por ello, muchos periodistas cometen el error de publicar algunos acontecimientos deportivos que están aún por confirmarse, de igual forma, hay medios de comunicación que tienen ciertos intereses o pretensiones de difundir informaciones amarillistas en el ámbito digital.

En el periodismo deportivo digital se suelen publicar más rumores o contenidos no constatados o confirmados, según Pérez (2020) señala que la revista académica Journalism and Media publicó un artículo realizando un análisis de contenidos digitales deportivos donde el 63.85% de las publicaciones fueron rumores y solo el 36.15% eran informaciones o noticias reales, en consecuencia,

la desinformación surge cuando es manipulada y difundida de manera malintencionada.

A nivel nacional se puede observar con claridad que el diario Depor tiene una gran influencia y popularidad, ya que, actualmente determinan el consumo de muchos lectores a la hora de transmitir noticias o sucesos deportivos. Por ello, seleccionamos dicho periódico, ya que, según Sandoval (2021) sustenta que Depor tiene un discurso o lenguaje sensacional, por lo cual, simplemente busca tener visualizaciones y llegar a nuevos usuarios, sin tener en cuenta la credibilidad informativa. De esta manera, en el último periodo de las eliminatorias sudamericanas camino a la Copa Mundial de fútbol, Qatar 2022, el periodismo deportivo digital se ha visualizado perjudicado por un sin fin de informaciones incorrectas tales como: falsos rumores de fichajes, declaraciones fuera de contexto, noticias sensacionalistas con fines de lucro o dañar la imagen de algún deportista o entidad, entre otros, generando confusión a cada uno de sus lectores. Por lo tanto, debido a la problemática planteada, se propone la siguiente pregunta ¿Cuáles son las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor?

La presente investigación se justifica de manera práctica, puesto que, proporcionará responsabilidad y compromiso que servirán para elaborar información sobre cómo ha ido apareciendo las desinformaciones que exceden en los medios digitales, redes sociales y sus páginas webs. Sin embargo, se trata en la medida de lo posible, colaborar, gratificar e incentivar a la investigación en este entorno y extraer nuestras propias conclusiones.

De esta manera, es de suma importancia el presente estudio, puesto que, se desempeña una revisión y análisis de documentos tales como: tesis, libros, artículos científicos, entre otros, posibilitando ampliar un mayor conocimiento del investigador, y también ser referente para futuras investigaciones. Además, permite dar a conocer y prevenir a la población sobre las diversas desinformaciones periodísticas deportivas existentes a día de hoy, principalmente en el fútbol, ya que, es el deporte más relevante y consumido por muchas personas, sobre todo en esta nueva era digital, donde a través de las diversas plataformas digitales se viralizan con mayor rapidez.

El objetivo general del proyecto de investigación es analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor en la ciudad de Trujillo. De igual forma, los objetivos específicos son, conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor, descubrir el impacto de la posverdad en los lectores del diario Depor, establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor e identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor.

II. MARCO TEÓRICO

Como antecedentes según Collantes (2020) en sus tesis para optar el grado de bachiller titulado “La credibilidad del contenido periodístico en diarios deportivos” publicado por la Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú, Como objetivo general tiene determinar la influencia de la falta de credibilidad de los contenidos periodísticos en los diarios deportivos. Dicha investigación es de método cualitativo y básica. Así mismo, el autor señala que los diarios deportivos son mayormente sensacionalistas, ya que, hace referencia a la exageración en algún hecho noticioso con el fin de vender antes que informar.

Vargas (2018) en su tesis para obtener su grado de licenciatura titulado: “El sensacionalismo como discurso periodístico de las portadas de diarios deportivos: Caso Depor en la cobertura de la selección durante el mundial” publicado en la facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Tuvo como objetivo averiguar los elementos y las portadas del Diario Depor, para poder identificar si poseen contenidos sensacionalistas dentro del respectivo diario. El investigador sostiene que, Depor utiliza portadas sensacionalistas para poder captar la atención y reacción del público, esto es debido, a que tratan de usar informaciones para generar un incremento de reacciones a través de figuras gráficas y narrativas, utilizando el sensacionalismo de una manera sistemática.

Según Cuadra (2020) en su tesis para lograr el grado de bachiller titulada “La desinformación en el periodismo digital” publicado por la universidad de San Martín de Porres, Lima. Perú. Como objetivo general tiene identificar la

desinformación en el periodismo digital. La presente investigación parte del análisis de los diversos tipos de desinformación que suelen aparecer en los medios digitales o redes sociales. De esta manera, la autora detalla que es de suma importancia que el lector identifique y combata la circulación errónea de noticias o informaciones falsas en los medios digitales. Por ende, muchos usuarios han descubierto ciertas desinformaciones en dicho diario, expresándose en las diferentes plataformas de redes sociales.

Amer (2018) en su tesis para obtener el grado de maestría titulado: “El clickbait como estrategia de marketing en los medios de comunicación” publicado en la Universidad de Barcelona, España, cuyo objetivo de análisis es el medio catalán VIA Empresa, para poder estudiar al clickbait como instrumento o herramienta que consiste en realizar mensajes y titulares en plataformas digitales para llamar la atención de los lectores. De esta forma, el autor sustenta que, hoy en día, muchos periodistas suelen utilizar el clickbait para enganchar la atención del público, considerando que, dicha estrategia pondría en incertidumbre tanto la veracidad como la ética periodística de las informaciones publicadas.

Además, Learreta (2017) en su tesis de pregrado titulada: “Clickbait, Redes Sociales y Medios de Comunicación. Análisis del uso del clickbait y las distintas estrategias de marketing digital en las redes sociales de los principales medios de comunicación españoles” publicado en la Universidad Jaume I, Castellón, España. Cuyo objetivo es analizar, examinar y comparar la presencia de noticias de diversos medios de comunicación que se adecúen a los contenidos con características propiamente del click baiting. Por consiguiente, el autor sostiene al clickbait como un elemento que provoca un gran incremento de titulares llamativos o polémicos, además de ser una estrategia de diversos diarios para obtener mayores ingresos económicos. Sin embargo, esto repercutirá en la imagen del diario y su calidad periodística. Puesto que, Depor utiliza diversos titulares sensacionalistas, con el fin de poder llamar la atención y poder obtener una mayor cantidad de público.

De esta manera, Maycock (2017) en su tesina de investigación titulada “El caso de las versiones digitales de los diarios Mundo Deportivo y MARCA y el planteo

de la veracidad y objetividad en ambos”. El investigador determina que de una u otra forma los dos diarios incumplen con los criterios de objetividad y veracidad al momento de difundir informaciones referida a los clubes como el FC Barcelona y Real Madrid, puesto que, es un problema que surge cuando el análisis de dichos diarios pone en riesgo el valor periodístico de la veracidad. Cabe indicar que diversos críticos de dichos diarios los acusan de exceso de sensacionalismo y amarillismo en sus informaciones o noticias. Acontecimiento que se refleja en muchas de sus principales portadas y sucesos. Esto se debe, ya que, ambos medios pertenecen a organizaciones o empresas periodísticas con intereses comerciales y propósitos empresariales, resultando inevitablemente el tratamiento de la información y la forma en que la emiten a conocer en estas dos fuentes. El autor concluye que, en ciertas ocasiones no existe un criterio de selección de la información, simplemente concurren al sensacionalismo como método informativo.

Según Rosales (2018) en su tesis titulada “Las estrategias de desinformación en la prensa española. Análisis de El Mundo y El País”, publicado en la Universidad de Valladolid, España, abarca como objetivo general identificar y recopilar los elementos de desinformación y manipulación utilizados por los diferentes medios noticiosos, con el propósito de ofrecer al público la oportunidad de crear su propio análisis o idea respecto a la mala información que difunden los diferentes diarios noticiosos. Por ello, cabe resaltar que la Academia de Lengua Española define a la desinformación como una manipulación mediática, fundamentada en los hechos, efectos y acciones de procurar en los usuarios el desconocimiento previniendo la difusión o circulación del conocimiento de datos, noticias o informaciones desfavorables a quien quiera desinformar. Por ende, el autor determina que, con relación al uso inapropiado de fuentes o materiales, el efecto fue debido al gran abuso de las fuentes personales e institucionales, donde El País tenía un 40% y El Mundo 50%, causando de esta manera la falsa pluralidad, puesto que, si los medios siguen utilizando fuentes institucionales sin acreditar o comprobar los datos informativos, no se ejerce un gran desempeño periodístico.

Entre las teorías relacionadas con la investigación tenemos como principal, la teoría de los efectos, siendo sus representantes Max Horkheimer, Max Weber y

Emile Durkheim, quienes señalaban que el principio del periodismo era la sociedad, ya que era a quienes se les enviaba mensajes con un determinado objetivo, para un efecto específico, persuadiendo así mediante los medios de comunicación (Cabal, 2019).

Así mismo, según Donstrup (2018) destaca que, en los aportes de Horkheimer, Weber y Durkheim, “Es para aquellos estudiantes e investigadores que se inician en el universo de la comunicación y necesitan situarse en este complejo y extenso ámbito, también es para todo aquel lector interesado en el ámbito de la influencia mediática” (p.5).

Por esta razón, mediante esta teoría, se comprende que la persuasión se da por la desinformación, por ello, en muchas ocasiones los medios de comunicación divulgan informaciones sensacionalistas, con el objetivo de llamar la atención y generar mayor captación del público, esto significa, que la sociedad tiene la disposición de seleccionar los mensajes o informaciones que los medios emiten, en la cual dichas selecciones estarán sometidas a las costumbres de recepción y percepción de cada persona.

A continuación, se manifiestan los enfoques conceptuales o bases teóricas de la investigación, definiendo la primera categoría denominada desinformación periodística deportiva digital, se define mediante el conocimiento o aporte del siguiente autor. Amarós (2018) determina a la desinformación o falsa información en el periodismo como un hecho que busca hacerse pasar como algo verídico, teniendo como objetivo un beneficio económico o inclusive político. Por ello, se centra en el desarrollo de herramientas técnicas para el descubrimiento de informaciones falsas y sugerencias de cómo combatirlas, de esta manera, es importante volver al periodismo verídico basado en la investigación y revelación de sucesos o acontecimientos, con el fin de recuperar y mantener la ética profesional periodística.

Según Páez (2021) considera que la desinformación periodística digital habitualmente ha sido un problema y desafío para la sociedad, del mismo modo, la tecnología avanza de gran manera que va tomando la delantera sobre muchos sectores de la vida cotidiana. Es por ello, que se necesita un mayor esfuerzo laboral periodístico que permita analizar todas las informaciones que se van

difundiendo y circulando, utilizando las diferentes herramientas digitales para multiplicarse y poder llegar a miles de usuarios.

Heger et al. (2021) fundamenta que, la desorganización informativa como la; posverdad, fake news, deep fakes, entre otros, son productos fabricados con la intención de generar falsas controversias o dudas, con la finalidad de obtener beneficios tanto ideológicos y económicos, de igual forma, están relacionados entre sí y dependen necesariamente de la tecnología. En este contexto, las fake news han ido surgiendo grandemente tanto en los avances tecnológicos como en el periodo de la posverdad, así mismo, la desinformación frecuentemente está presente en la población mundial cambiando el modo de producción y distribución de las noticias.

Posteriormente, las consecuencias de la desinformación, se puntualiza mediante el conocimiento y contribución del siguiente autor González (2019) en su artículo llamado “Las Fake News: desinformación en la era de la información”, sostiene que, las nociones de la veracidad o la verdad como virtudes en el ámbito del periodismo se están viendo perjudicadas, por el cual, una de las consecuencias que produce la desinformación es la falta de credibilidad que se va generando en los medios, por ende, a lo largo de los años la sociedad deja de confiar en las noticias o informaciones que reflejan en los medios digitales. Por lo tanto, el autor concluye que para combatir esta serie de consecuencias que conlleva al engaño o falsedad es necesario optar por una formación mediática de los lectores, para poder desarrollar, potenciar y reforzar la labor periodística profesional garantizando informaciones reales a través de principios de imparcialidad y transparencia.

La (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2020) afirma que, la desinformación incluye errores frecuentes sin tener ningún tipo de verificación, fomentando el sensacionalismo y generando un efecto de imparcialidad de los hechos o sucesos.

En relación a las subcategorías de la desinformación periodística digital, presentamos a la primera subcategoría noticias falsas, la cual contiene una serie de características, que según Pont (2021) sustenta que, la difusión de rumores o noticias son manipulados frecuentemente a través de las redes sociales,

generando contenido engañoso, impostor y fabricado por parte de los periodistas para aportar datos sin contextos y confundir o despistar a los lectores. De igual modo, Gimbel et al (2021) complementa que las noticias falsas no son un fenómeno reciente, ya que, a través del tiempo se están incrementado desorbitadamente, estas pueden surgir mediante imágenes, archivos de audio, texto o videos que son editados y difundidos deliberadamente de contexto.

Por consiguiente, la segunda subcategoría denominada posverdad, Avila (2021) la define como una deliberada distorsión de un acontecimiento, transformándola en una mentira emotiva, con el fin de ocasionar e influir en las opiniones de la sociedad. De igual forma Scolari (2019) sustenta que, a través de la digitalización, la posverdad se ha desarrollado de gran manera en las redes sociales, dado que, las personas desde sus emociones critican y defienden con subjetividad diversos hechos. Según Barclay (2022) agrega que, las formas en que la verdad se tergiversa es a través de la propaganda y las teorías de conspiración, cambiando la forma de analizar y pensar de muchas personas, transformándose en una cultura de posverdad.

A continuación, la tercera subcategoría, falta de credibilidad, Castillo (2019) argumenta que, es un eje que amenaza y desprestigia al periodismo, ya que, influye en la percepción de la credibilidad de los diversos medios de comunicación, generando desconfianza y escepticismo en la opinión pública. Del mismo modo Sheffield (2021) dice que, la confianza de las personas hacia los medios noticiosos digitales es pésima y cada vez empeora en gran medida, esto significa que el periodismo ha perdido el respeto y parte de la credibilidad del público.

Por último, se define la cuarta subcategoría, sensacionalismo, donde Cornejo (2021) sostiene que, fue elaborado con fundamentos y fines comerciales para que la información sea vendida. Así mismo, el sensacionalismo se le conoce como; el apasionamiento, alarmismo y favoritismo que se le ofrece a una noticia o hecho, generado a través de un lenguaje informal, provocando así, la exageración e incorporación de emociones al momento de transmitir información. Finalmente, esta táctica es utilizada como un intento para llamar la

atención del público, visto que, los medios digitales interponen el uso de mentiras descaradas y en ocasiones palabras impactantes, generando preocupación en el código de honor del periodista. (Vanacore, 2021)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada, porque se encuentra basada en fundamentos teóricos, que tienen la finalidad de recopilar datos de información para obtener respuestas específicas ante los problemas planteados (Sánchez, 2018). Así mismo, la investigación tiene enfoque cualitativo, así tal como afirma Solís (2019) el método cualitativo beneficia un análisis complejo a base de los significados subjetivos que son y forman parte de los hechos estudiados.

De este modo, según Flores (2019) sostiene que, las características del enfoque cualitativo son: Establecer una definición precisa de lo que se observa a la hora de realizar la hipótesis para ponerlas a prueba, mejorando y desarrollando las definiciones en el proceso de investigación. De esta manera, se genera a partir de las teorías y los métodos, los cuales deben ser acordes hacia lo que se estudia, ya que, los métodos deben encajar con un campo o un problema en específico, puesto que, se realizan nuevos métodos o enfoques. Por otro lado, los investigadores del método cualitativo se sugestionan por entrar o acceder en el contexto natural a las interacciones, documentos y experiencias, de una forma que se deje espacio a sus particularidades y de los materiales que se investigan.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación fue fenomenológico. Según Guillen (2019) sostiene que, está orientado a describir e interpretar estructuras importantes o fundamentales de experiencias vividas. De igual manera, el actual estudio consideró el punto de vista a través de las experiencias vividas por cada uno de los participantes, puesto que, este tipo de diseño forma un análisis coherente y

estricto de las dimensiones éticas, relacionales, prácticas por medio de los habituales y principales enfoques de investigación.

3.2. Categorías y subcategorías

Las categorías son de suma importancia en una investigación, puesto que, tienen el poder conceptual, de organizar y reunir una serie de grupos de subcategorías o conceptos. Por ello, en el artículo de Consultores (2020) señala que, las categorías sirven para establecer una organización conceptual en el cual las informaciones que se investigan se deben de almacenar correctamente y distinguir las unidades de análisis previamente. Esto debe ser visualizado a partir de criterios espaciales, temáticas gramaticales y sociales.

Nuestro proyecto de tesis tiene como primera categoría, la desinformación periodística deportiva digital, consiguientemente tiene como primera subcategoría, noticias falsas; segunda subcategoría, posverdad; tercera subcategoría, falta de credibilidad; y cuarta subcategoría, sensacionalismo.

3.3. Escenario de estudio

El escenario es el lugar donde ocurren los acontecimientos o hechos especificando quienes serán los sujetos o contextos de la investigación (Arispe et al., 2020).

El escenario de estudio se enfoca en el diario deportivo Depor, Trujillo, 2022, cuya investigación se analizó la información en base al último periodo de las eliminatorias sudamericanas camino a la Copa Mundial de fútbol Qatar del presente año. De esta forma, según el ranking de periódicos deportivos (s.f.), afirma que, en el Perú el periodismo deportivo es muy importante y seguido debido a la pasión que se genera por el fútbol considerado como el deporte rey, por ello, Depor se encuentra en segundo lugar en el ranking de diarios más consumidos, destacando la conexión de los aficionados con sus equipos preferidos.

3.4. Participantes

Según Solís (2021) indica que, los participantes son aquellos sujetos o grupo de personas que forman parte de un conjunto con características, experiencias, opiniones, entre otros atributos o aspectos que generan interés particular para investigaciones de enfoque cualitativo.

Los participantes en la investigación cualitativa debido a su carácter interpretativo se limitan a grupos pequeños, lo que genera un mayor manejo de la redefinición de los aportes, interpretación y comprensión. (Palomino, et al, 2015).

En este sentido la presente investigación se centró en el diario deportivo Depor, Trujillo, 2022, el cual fue escogido y seleccionado por los investigadores, por ello, se requirió la participación de 5 lectores con un rango de edad de 18 a 25 años, así mismo, se solicitó la participación de expertos en la rama periodística deportiva, puesto que, a través de la perspectiva de los entrevistados se consiguió una mayor aproximación al análisis de la desinformación periodística deportiva digital. La información proporcionada contribuyó al reconocimiento de las características de cada categoría.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Sotomayor (2021) señala que “las técnicas de recolección de datos en la investigación cualitativa se basan en extraer información y a la vez permitir que las personas puedan expresarse” (p.17). Por consiguiente, la técnica fue la entrevista, ya que, los entrevistados tuvieron la oportunidad de expresar su opinión desde su propia perspectiva. En este caso, se empleó como instrumento de recolección de datos la Guía de Entrevista, dado que es el listado de preguntas que el investigador preparó para interrogar al entrevistado. De igual modo, según Rodríguez (2020) determina que, el guión de entrevista es importante, ya que, están diseñados para que a los entrevistados les brinde un adecuado espacio para contar sus historias u opiniones, y brindar información veraz; así mismo, se presenta como una pauta para proporcionar indicaciones y una buena orientación. También, se realizó un Focus Group a los determinados lectores, como indica Jiménez y Escobar (2017) que el objetivo de este

instrumento es dar a conocer las posiciones, experiencias y creencias de los participantes, permitiendo adquirir información fundamental para un mejor análisis de los problemas planteados.

3.6. Procedimientos

El procedimiento de recolección de dato fue generado por los investigadores mediante la técnica de la entrevista, teniendo como instrumento una Guía de Entrevista, dando origen a la serie de preguntas elaboradas y validadas, que se realizó de manera virtual vía zoom a los expertos de la rama periodística deportiva, ya que, según Raworth (2019) sostiene que, es importante incluir una serie de preguntas que permitan al entrevistado hablar con su consentimiento y confidencialidad sobre un tema a tratar. De tal manera, que la interacción sea de forma ordenada y con naturalidad. La segunda técnica que se ejecutó fue un Focus Group, cumpliendo con la metodología propuesta por Moya (2022), quien indica los siguientes pasos: plantear objetivos de la investigación, planificar las preguntas referentes a los objetivos, establecer el número de participantes, elegir al moderador y seleccionar el respectivo lugar. Los investigadores realizaron el Focus Group de manera remota a través de la plataforma zoom a 5 lectores con un rango de edad de 18 a 25 años. Todos los participantes fueron contactados por redes sociales, llamadas telefónicas y cada sesión fue grabada para tener de prueba lo que se efectuó, obteniendo como referencia los objetivos de la investigación.

3.7. Rigor científico

Según Vasconcelos et al. (2021) afirman que el rigor es una aplicación rigurosa del método científico para asegurar y determinar el proceso de estudio con resultados imparciales y sólidos, incluyendo una transparencia total. De acuerdo con los autores nuestra investigación tuvo un rigor científico centrándose en la conducta humana, la cual comprendió diversos significados de la información y de cómo generó consecuencias con las diversas noticias manipuladas por algún medio de comunicación.

Respecto a la fiabilidad, se utilizó métodos y técnicas que fueron desarrolladas en investigaciones previas, las cuales son: Entrevista y Focus Group. Es por ello, que es importante recalcar que, para el uso de dichos instrumentos, se contó con lectores del diario en cuestión y especialistas en el ámbito periodístico deportivo. De este modo, se garantizó que los resultados obtenidos fueron fiables y veraces, considerando la temática del estudio.

De igual manera, Felipa (2021) recalca que, es fundamental que la investigación contenga información verificada para que el argumento y el sustento del proyecto tenga la credibilidad requerida.

3.8. Método de análisis de datos cualitativos

El análisis de datos cualitativos es la recopilación, interpretación y estructuración de los datos cualitativos para entender lo que figuran, puesto que, dichos datos no son numéricos ni estructurados, ya que, por lo general se refieren a textos, entrevistas con usuarios, incluyendo videos, fotos y audios (Tinte, 2021).

El análisis de datos se obtuvo mediante la transcripción de las respuestas de los expertos de la rama periodística deportiva que fueron entrevistados, y, por otro lado, a los lectores seleccionados para desempeñar el Focus Group, de manera que cumplieron con los objetivos abordados en la investigación. Según Arteaga (2020) dice que, el análisis de datos, radica en la elaboración de las operaciones, por lo cual, los investigadores proporcionan datos para alcanzar los objetivos planteados. De igual manera, se plasmó y colocó lo más fundamental de cada respuesta por parte de los especialistas y lectores para alcanzar los resultados determinados de la investigación. Teniendo como preferencia analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor y, a su vez, ayudar a los usuarios a prevenir la circulación de la falsa información.

3.9. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación, tuvo como aspectos éticos, la originalidad y objetividad, con relación a la información obtenida en los participantes que

respondieron tanto a la entrevista como al Focus Group, puesto que, fue de utilidad exclusiva en la investigación.

El Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad César Vallejo (2021) señala en el artículo 5º, que la protección del derecho de autor se logra cuando la obra científica obtiene rasgos de originalidad que permitan diferenciarla de otras investigaciones mediante su contenido de ideas, palabras, hechos, entre otros. Conforme con López (2020) el Turnitin produce un informe en el que se visualiza las coincidencias del texto del documento, el cual es analizado con páginas web, trabajos o diversas publicaciones que ya figuran en su respectiva base de datos. De igual modo, este estudio no presentó ningún tipo de manipulación, ni alteraciones, por ello según Medina y Castañera (2017) indican que, la objetividad en la investigación es primordial, ya que, los criterios de validez deben de estar en constante observación y permanente revisión, ayudando a reducir una probable intervención subjetiva de quien evalúa o administra la medición. Por otro lado, también se contó con el principio ético de la beneficencia, por ello, Mancilla (2016) señala que es un concepto moral, el cual, pertenece a aquellos propósitos de generosidad y desinterés, considerada como una virtud irremplazable, siendo un elemento importante para la sociedad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con respecto al primer objetivo específico. Conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor.

Las entrevistas efectuadas a los especialistas de los canales TV Cosmos y Sol TV, con respecto a los efectos de las noticias falsas en los lectores del diario Depor, señalan que las publicaciones difundidas nacen de rumores, lo que genera que no sean datos confirmados, por lo tanto, información “muchas veces” falsa, fomentando de cierta forma el engaño en sus lectores y a su vez, manipulando y ocasionando confusión por las noticias divulgadas.

De este modo, el diario se ha visto afectado con respecto a su popularidad, pese a estar muy bien posicionado a nivel nacional, dado que, los entrevistados indicaron que en muchas ocasiones se prioriza vender titulares y a través de

ellos comerciar diarios, los cuales contienen publicidad, y consiguientemente, poder captar más clientes publicitarios.

En este sentido, (Mayoral et al. 2019) señala que, el periodismo desde sus inicios ha convivido con la mentira interesada, conllevando a la desinformación o manipulación de noticias, lo cual ha tenido como consecuencia cierta pérdida de credibilidad a través del tiempo.

Por lo que, los entrevistados consideran que la información falsa genera desconfianza en los lectores haciendo referencia a dicho diario. Un tema específico por analizar sería, por ejemplo, los fichajes en el mundo del fútbol, debido a que, ello genera portadas desproporcionadas, que determinan mayores ventas, las cuales llevan consigo anuncios publicitarios y en consecuencia mayor cantidad de seguidores, por ende, más clientes publicitarios se logra adquirir, siendo parte de su estrategia comercial.

De esta manera, Gallego y Anazco (2020) afirma que, la información falsa aparece y se extiende al público entorno a hechos de importancia, ya sea, por la incertidumbre y expectativa, generando de cierta forma ansiedades y una amplia demanda de información que los diversos medios de comunicación no logran satisfacer. Asimismo, en la entrevista indicaron que Depor, aparte de generar muchos rumores, en otras ocasiones de cierta forma oculta la información, por tanto, al no difundirla se convierte en una forma de engañar a sus lectores.

Un claro ejemplo de ello, se encuentra en el anexo N°7, en el cual podemos ver que Depor con su información, fomentó el engaño y confusión entre sus lectores, acerca de la llegada de Paolo Guerrero a su ex equipo, Alianza Lima; en donde hablaban de su retorno al equipo que lo vio crecer y que lastimosamente pudimos ver que no fue así, ocasionando falsas esperanzas y desilusión en la hinchada blanquiazul.

En cuanto al segundo objetivo específico. Descubrir el impacto de la posverdad en los lectores del diario Depor.

Los especialistas deportivos entrevistados con respecto a la posverdad señalan que, a través de la distorsión de sus informaciones deportivas, fomentan diferentes opiniones entre sus lectores, quienes critican con subjetividad algunas de las noticias difundidas con respecto a algún tema determinado.

De esta forma, Depor se ve claramente afectado tanto en su imagen como en su credibilidad, debido a la crítica de sus consumidores que en un determinado momento perciben o se dan cuenta de que sus informaciones no son verídicas, ya que distorsiona sus informaciones deportivas, generando y fomentando de esta manera cierta subjetividad en sus lectores.

En tal sentido, Rosas (2019) sostiene que los medios de comunicación vulneran la presunción de inocencia al transmitir información distorsionada, de tal forma que lejos de emitir información verídica y objetiva de la realidad, lo que en realidad hacen es cambiar los hechos de las diversas noticias, agravándolas y exaltándolas, con el fin de crear sensación e impresionar al consumidor.

Por tanto, los entrevistados consideran que la distorsión de informaciones, al tomar un hecho y luego tergiversar de acuerdo a sus objetivos, genera confusión en sus lectores respecto al diario en cuestión, centrándose muchas veces en vender un diario por medio de sus titulares y dejando el informar a un segundo plano.

Asimismo, Rosas (2019) señala que todos tenemos el derecho a recibir información la cual deber ser de forma verídica ya que muchos periodistas lo hacen de manera subjetiva, es decir en lo que piensan que en realidad pasó sin basarse en hechos reales, por ello deben tener mucho cuidado, ya que los medios de comunicación tienen un gran poder, que orientan la percepción del público, creando una corriente de opinión. Del mismo modo, en la entrevista señalaron que aparte de distorsionar informaciones, también de cierta forma las tergiversan, ocasionando confusión en sus lectores y fomentando diversas opiniones divididas.

Un ejemplo de ello, se encuentra en el anexo N°8, en el cual podemos ver que Depor distorsionaba su información y la realidad de las cosas, generando diversas opiniones en sus lectores, acerca de que Chile podría llegar a estar presente en Qatar 2022, debido al nuevo pedido que hizo a la FIFA por el caso "Byron Castillo, sin embargo pudimos ver que no fue así y que la estancia de Ecuador en el mundial no se vio afectada, estando presente en la máxima competición de selecciones y que Chile lamentablemente se volvió a quedar una vez más fuera de la copa del mundo.

En relación con el tercer objetivo específico. Establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor.

A partir del Focus Group desarrollado entre los lectores, hemos podido establecer de acuerdo a los perfiles de cada participante, puesto que, son estudiantes y egresado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y apasionados al fútbol, dado que, llevan muchos años leyendo y analizando el diario Depor, en cuestión al contenido de sus noticias, así mismo, sostienen y se ha podido determinar con respecto a las consecuencias de la falta de credibilidad periodística del diario Depor, se presenta a través del escepticismo y el “clickbait” que generan cuando no se verifica ciertas informaciones deportivas, lo cual es advertido por el público consumidor. Cabe resaltar, que esto ocasiona desconfianza en los usuarios debido a la difusión y al manejo de noticias sensacionalistas y amarillistas. Se observa que, lo que buscan es llamar la atención del público, así mismo, de una u otra manera tener mayor ventaja con respecto a sus competidores

De esta manera, el diario se ha visto afectada su reputación, a pesar de estar muy bien posicionado en la prensa deportiva, por ello, los participantes consideran que el diario genera morbo para llamar la atención de las personas. En este sentido, según Rojas (2021) sostiene que, el verdadero periodista o redactor digital tiene que estar obligado a evaluar, analizar y seleccionar los diversos elementos que contiene la información. De igual forma, se ha vuelto demasiado accesible que aparezca cualquier tipo de noticia en las diferentes plataformas digitales, generando que el lector se convierta en un promovedor de la falsa información.

Así mismo, los lectores consideran que las noticias falsas originan confusión en los consumidores, y eso es lo que han advertido en las notas periodísticas del diario Depor, propaganda, contenidos engañosos e información manipulada. Además, el estilo periodístico es muy diferente debido a sus portadas sensacionalistas, ya que, se centran más en los personajes o equipos comerciales y reconocidos a nivel nacional e internacional para obtener mayores beneficios económicos.

Learreta (2017) recalca que el clickbait es un componente que ocasiona un gran incremento de titulares polémicos, ya que, es una estrategia que utilizan los

medios digitales para producir ingresos económicos, desprestigiando la calidad periodística. Así mismo, en el Focus Group indicaron que Depor, utiliza este tipo de estrategias para obtener una alta audiencia y ganar seguidores.

Por ende, como se visualiza en el anexo N°9, Depor intento ocasionar el morbo y llamar la atención de los usuarios cuando difundió una portada sin información verídica, ni oficializada, mencionando que la Selección de Australia analiza opciones en lugar de Andrew Redmayne, dejándolo fuera del mundial de Qatar, arquero que fue protagonista fundamental en la eliminación de la Selección Peruana en el repechaje rumbo a la copa mundial de fútbol.

En cuanto al cuarto objetivo específico. Identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor.

Los participantes del Focus Group, analizaron e identificaron que las consecuencias del sensacionalismo del diario en cuestión, proviene de la utilización del lenguaje informal en sus noticias periodísticas, puesto que, esto provoca la exageración, el engaño y la manipulación con el fin de incrementar en sus seguidores y visitas en sus plataformas digitales. Así mismo, uno de los participantes señala que, las portadas del diario son demasiado llamativas, conllevando al gran apasionamiento de las personas, y de alguna u otra manera, tratan de realizar todo lo posible para captar al público utilizando como estrategia la difusión de notas acerca de los equipos o personajes más populares del Perú. En este sentido, Cornejo (2021) recalca que, el sensacionalismo se genera a través del lenguaje informal ocasionado el apasionamiento, alarmismo y la exageración al momento de transmitir la noticia hacia el lector.

De igual manera, los participantes consideran que el diario Depor utiliza el “doble sentido” para generar un mayor consumo e impacto a los usuarios apasionados al fútbol, por ende, Enríquez (2018) en su tesis de bachiller, determina que, en el medio digital colocan títulos que tienden a exagerar informaciones y no se da una fiable correlación entre la portada y el contenido de la noticia, originando incomodidad o molestar al lector y una posible desestabilización en las notas periodísticas deportivas.

Un ejemplo de ello, lo podemos observar en el anexo N°10, cuando el diario Depor divulgó que Sebastián Beccacece entrenador de Defensa y Justicia que

milita en la Liga Argentina podría ser el nuevo entrenador de la Selección Peruana, ocasionando la exageración y el alarmismo a los hinchas peruanos, tras la renuncia de Ricardo Gareca. Así mismo, hubo rumores sobre las posibles incorporaciones de Marcelo Bielsa y Jorge Sampaoli, informaciones que nunca sucedieron y finalmente el que se convirtió en el nuevo entrenador fue Juan Máximo Reynoso.

Del mismo modo, los participantes mencionan que esta problemática perjudica al usuario consumidor, por ello, los periodistas tienen la responsabilidad con respecto a la manipulación, ya que, no consultan ni verifican las fuentes informativas, desprestigiando la ética periodística y creando un vacío informativo en el usuario, por lo que se propaga la falsa información.

V. CONCLUSIONES

- Con respecto al objetivo general, se consiguió analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital que son las noticias falsas, posverdad, falta de credibilidad y sensacionalismo.
- Referente al primer objetivo específico, se logró evidenciar que muchas publicaciones difundidas por Depor son informaciones sin confirmar, por lo tanto, utilizan información “muchas veces” falsa, fomentando, de cierta forma, el engaño en sus lectores y a su vez, manipulando y ocasionando confusión por las noticias divulgadas.
- En relación con el segundo objetivo específico, se permitió comprobar que a través de la distorsión de las informaciones deportivas de Depor, se fomentan diferentes opiniones entre sus lectores, quienes además critican con subjetividad algunas de las noticias difundidas con respecto a algún tema determinado.
- Con respecto al tercer objetivo específico, se demostró que el diario Depor utiliza el “Clickbait” en sus informaciones ocasionando desconfianza y escepticismo en sus lectores, así mismo se observó que buscan llamar la atención a los usuarios mediante el sensacionalismo y el amarillismo, perjudicando la ética periodística.
- En cuanto al cuarto objetivo específico, se observó que el sensacionalismo proviene del lenguaje informal originando la exageración, el engaño y la manipulación hacia los usuarios, de esta manera, no se da una fiable correlación entre la portada y el contenido de la noticia ocasionando falta de credibilidad en el medio digital.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los periodistas del Diario Depor ser más diligente con las fuentes informativas, así como con la verificación de la información y redacción de las notas deportivas, puesto que, los lectores merecen información verídica y confiable.
- Se recomienda a los diarios deportivos que centren su atención en la calidad informativa, antes que, en el aspecto económico al momento de redactar y/o publicar sus titulares, ya que no solo debería ser con la finalidad de captar la atención de los usuarios, sino que primordialmente debería ser con el propósito ético de todo medio de comunicación, el cual es informar con la verdad.
- Se recomienda a los profesionales del periodismo, siempre considerar la premisa de informar con la verdad, confirmando y verificando diversas fuentes informativas, brindando de esta manera información veraz, confiable y oportuna a la sociedad a través de los diversos medios de comunicación.
- Se invoca a que los próximos comunicadores y periodistas que desean incursionar en algún medio de comunicación digital deportivo, elaboren muchas investigaciones acerca del “clickbait” y las “Fake News”, debido a la falta de atención que tiene este tema en el Perú, con el propósito de proponer posibles soluciones que viene afrontado el periodismo a lo largo de los años.
- El diario Depor, debe evitar el sensacionalismo y verificar sus fuentes informativas, teniendo objetividad, comprensión y coherencia, así mismo, el periodista deportivo podrá ofrecerle al lector un mejor análisis con imparcialidad de los datos que muestra.

REFERENCIAS

- Alonso González, M. (2019). Fake News: “desinformación en la era de la sociedad de la información”. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (45), 29–52. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Amer Orfila, P. (2018). El clickbait como estrategia de marketing en los medios de comunicación digitales. [Tesis de maestría, Universitat de Barcelona, Facultad de Economía y Empresa, Barcelona: España] Repositorio de tesis de la Universitat de Barcelona: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/125874/5/TFMMIM_AmerOrfila2018.pdf
- Amerike. (02 de 07 de 2019). Qué es el periodismo digital. Obtenido de Amerike: <https://amerike.edu.mx/que-es-el-periodismo-digital/>
- Amorós, M. (2018). “Fake News: La verdad de las noticias falsas”. Barcelona: Plataforma Editorial.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., Arellano, C. (2020). La investigación científica. Ecuador: Primera edición.
- Arteaga, G. (19 de Octubre de 2020). *¿Qué es el análisis de datos? Métodos, técnicas y herramientas*. Obtenido de testsiteforme: <https://www.testsiteforme.com/tecnica-de-procesamiento-y-analisis-de-datos/>
- Ávila Izquierdo, P. E. (2021). Influencia de las noticias falsas en redes sociales en el contexto de la Covid-19. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16326>
- Barclay, D. (2022). Desinformación: la naturaleza de los hechos y las mentiras en la era de la posverdad. Houston: Rowman & Littlefield.
- Cabal, Y. (24 de enero de 2019). TEORÍA DE LOS EFECTOS LIMITADOS, Apuntes de Teorías de Comunicación. Obtenido de Docsity: <https://www.docsity.com/es/teoria-de-los-efectos-limitados-1/4420828/>
- Castillo-Yépez, C. (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. Loja.
- Collantes Ezquerro, A (2020). “La credibilidad del contenido periodístico en diarios deportivos”. [Tesis bachiller. Universidad de SMDP]. Repositorio de bachiller. Universidad SMDP.

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8571/COLLANTES_EA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Consultores, B. (3 de enero de 2020). Cómo hacer la categorización de la información en una investigación. Obtenido de OnlineTesis: <https://online-tesis.com/como-hacer-la-categorizacion-de-la-informacion-en-una-investigacion/>

Cornejo Ayón, B. A. (2021). El fanatismo en la narrativa de opinión de tres comentaristas de fútbol. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15946>

Cuadra Rodríguez, V (2020). "la desinformación en el periodismo digital". [Tesis bachiller. Universidad de SMDP]. Repositorio de bachiller. Universidad SMDP. Repositorio de bachiller. Universidad SMDP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8323/CUADRA_RV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Donstrup, M. (2018). Una introducción a los efectos de la comunicación de masas. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, p5.

Enríquez, Y. J. (2018). Influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, Lima, 2018: Periodismo y nuevas tecnologías de la información.

Felipa Carpio, I. (2021). Análisis de los fake news en el canal YouTube de Willax televisión, durante la segunda ola del coronavirus, 2021 [Tesis, Universidad César Vallejo]. Repositorio de tesis de la Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89167/Felipa_CIR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gallego Ramos, J., Anazco Ramos F. (2020). La influencia del rumor en la construcción de la agenda mediática de la provincia de Camagüey, Cuba: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000200081#fn3

Gimpel, H., Heger, S., Olenberger, C. & Utz, L. (2021). *The Effectiveness of Social Norms in Fighting Fake News on Social Media*. Artículo. Alemania.

Gimpel, H., Heger, S., Olenberger, C. & Utz, L. (2021). *The Effectiveness of Social Norms in Fighting Fake News on Social Media*. Artículo. Alemania.

- Guillen, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Lima.
- Jiménez, F. I., & Escobar, J. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/957/1/Gupos%20focales%20una%20gu%C3%ADa%20conceptual%20y%20metodol%C3%B3gica.pdf>
- La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2020): Periodismo, falsas noticias y desinformación. Manual de Educación y capacitación en Periodismo. Editorial UNESCO, <https://file:///Users/jaimepascual/Downloads/373349spa.pdf>
- Learreta Roselló, J. (2017). Clickbait, Redes Sociales y Medios de Comunicación. Análisis del uso del clickbait y las distintas estrategias de marketing digital en las redes sociales de los principales medios de comunicación españoles. [Tesis de pregrado, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universitat Jaume I, Castellón: España] Repositorio de tesis de la Universitat Jaume I: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/172817/JORDI_LEA_RRETA_ROSELL%c3%93.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López, J. J. (2020). INTERPRETACIÓN DEL INFORME DE ORIGINALIDAD (TURNITIN). Madrid: Gate.
- Martínez-Fresneda Osorio, H., & Davara Torrego, F. (2022). La influencia del ecosistema digital en la prensa deportiva en España: medios, usuarios y pandemia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(1), p143-154. <https://doi.org/10.5209/esmp.77506>
- Mayoral, J., Parratt, S., & Morata, M. (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica. *Historia y comunicacion social*: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66267>
- Maycock, P. (2017). “El caso de las versiones digitales de los diarios Mundo Deportivo y MARCA y el planteo de la veracidad y objetividad en ambos” [Tesina monográfica, Universidad del Salvador] Repositorio de tesina de la Universidad del Salvador: <https://racimo.usal.edu.ar/5459/1/P%C3%A1ginas%20desde500031945->

[Análisis de la prensa deportiva en España](#)
[%B1a.pdf](#)

- Mancilla, A. (2016). Beneficence as a virtue morals and politics in Adam Smith. *to Business and Humanism*, p1-2.
- Medina, S. A & Castañera, L. S (2017). *Algunas consideraciones acerca de la objetividad en las investigaciones cualitativas*. Medellín: Digitum.
- Moravec, P. (2019). *Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all*. Chicago.
- Moya, D. P. (3 de Enero de 2022). *5 Pasos para hacer un focus group*. Obtenido de gestionarfacil: <https://www.gestionar-facil.com/focus-group/>
- Páez, L. M. (2021). El periodismo ante la desinformación. Reda.
- Palomino, J. A., Peña, J. D., Zevallos, G., & Orizano Quedo, L. A. (2015). *Metodología de la investigación. Guía para la elaborar un proyecto en salud y educación*. San Marcos.
- Pérez, M. V. (2020). La pandemia que está aniquilando al periodismo deportivo. El Míster.
- Periódicos deportivos (s.f.). periodiscos.top, <https://periodicos.top/peru/>
- Pont, E. (28 de Julio de 2021). Cómo identificar la desinformación en las redes sociales. La vanguardia.
- Raworth, K. (2019). *CONDUCT SEMI-STRUCTURED INTERVIEWS*. UK: Oxfam.
- Reglamento de Propiedad Intelectual de la UCV (16 de abril de 2021). Obtenido de Universidad César Vallejo: <https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/08/REGLAMENTO-DE-PROPIEDAD-INTELECTUAL-2013.pdf>
- Rodríguez, C. G. (18 de abril de 2020). Guía básica para aplicar la técnica de la entrevista en investigación. Obtenido de Tesisdeceroa100: <https://tesisdeceroa100.com/guia-basica-para-aplicar-la-tecnica-de-la-entrevista-en-investigacio>
- Rosales Lianet, A. (2018). "Estrategias de desinformación en la prensa española. Análisis de El Mundo y El País" [Tesis de pregrado, facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Valladolid] Repositorio de tesis de la Universidad de Valladolid:

https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/33105/TFG_F_2018_132.pdf?sequence=2&isAllowed=y

- Rojas, L. P. (2021). Fake news y COVID-19: una cobertura periodística en el Perú. Lima: Creative Commons.
- Sánchez, C. E. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Machala: UTMACH.
- Sanderson, J. (2022). *Sport, Social Media, and Digital Technology : Sociological Approaches*. Estados Unidos : Emerald Publishing Limited.
- Sandoval, H. M. (2021). El clickbait como estrategia del sensacionalismo en Depor.com para informar sobre el caso Paolo Guerrero y su vinculación a Boca Juniors entre noviembre de 2019 y enero de 2020. Lima: Correspondencias & Análisis.
- Scolari, C. (2019). Periodismo en la era digital - Posverdad ¿un resultado inevitable del ejercicio periodístico? (Vol. volumen 1). México.
- Sheffield, C. (5 de mayo de 2021). Punto: la credibilidad de los medios se ve afectada por una visión del mundo desequilibrada. The palm Beach Post.
- Solís, L. M. (2019). El enfoque cualitativo de investigación. Madrid: investigalia.
- Solís, L. M. (2021). Los sujetos del estudio. Madrid: investigalia.
- Sotomayor Soto, D. (2021). Manipulación periodística en las notas informativas de los diarios deportivos Libero y Depor. Lima. 2021 [Tesis, Universidad César Vallejo]. Repositorio de tesis de la Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/71928/Sotomayor_SDH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tinte, T. (9 de septiembre de 2021). Qualitative Data Analysis. Obtenido de Insights: <https://getthematic.com/insights/qualitative-data-analysis/>
- Vanacore, R. (2021). Sensationalism in Media. RIT Reporter, p10.
- Vargas Lescano, R. (2018). El sensacionalismo como discurso periodístico de las portadas de diarios deportivos: Caso Depor en la cobertura de la selección durante el mundial [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Comunicaciones, Lima: Perú] Repositorio de tesis de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625877/VARGAS_LR.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Vasconcelos, S., Menezes, P., Ribeiro, M., Heitman. (15 de febrero de 2021).
Rigor científico y ciencia abierta: desafíos éticos y metodológicos en la
investigación cualitativa: Scielo.

ANEXOS

Anexo N°1: Matriz de Operacionalización

Ámbito temático	Problema general	Objetivo general	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Indicadores	Ítems
Periodismo	¿Cuáles son las consecuencias de la desinformación periodística deportiva en los lectores del diario Depor?	Analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva en los lectores del diario Depor.	¿Cómo afecta las noticias falsas en los lectores del diario Depor?	Conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor	Desinformación periodística deportiva digital	Noticias falsas	Rumores	¿Consideras que el Diario Depor contiene una serie de rumores en su información?
							Engaño	¿Crees que el Diario Depor fomenta el engaño a sus lectores?
							Manipulación	¿Consideras que el Diario Depor manipula a sus lectores a través de sus informaciones?
							Confusión	¿Alguna vez el Diario Depor te ha generado confusión con sus noticias difundidas?
			Posverdad	Distorsión		¿Consideras que el Diario Depor distorsiona sus informaciones deportivas?		
				Opinión		¿Crees que el Diario Depor difunde información falsa fomentando diversas opiniones en sus lectores?		
Subjetividad	¿Consideras que las noticias que difunde el diario Depor son subjetivas con							

							respecto a algún tema determinado?
			¿Cuáles son las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor?	Establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor		Falta de credibilidad	Escepticismo ¿Consideras que las informaciones del Diario Depor genera escepticismo en su público?
							Desconfianza ¿Crees que el Diario Depor es un medio que genera desconfianza?
							Desprestigio ¿La falta de credibilidad es un factor que ocasiona desprestigio al Diario Depor?
			¿Cuáles son las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor?	Identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor		Sensacionalismo	Exageración ¿Considera usted que el Diario Depor contiene un lenguaje informal provocando exageración en algunas de sus portadas o informaciones hacia sus lectores?
							Apasionamiento ¿Crees que el Diario Depor provoca el apasionamiento a través de sus informaciones respecto a sus aficionados y sus equipos favoritos?
							Alarmismo ¿Te has sentido alarmado debido a las diversas noticias o informaciones difundidas por el Diario Depor?

Anexo N°2: Matriz

DESINFORMACIÓN PERIODÍSTICA DEPORTIVA DIGITAL			
¿Cuáles son las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor?			
Analizar las consecuencias de la desinformación periodística deportiva digital en los lectores del diario Depor en la ciudad de Trujillo.			
Conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor			
Descubrir el impacto de la posverdad en los lectores del diario Depor.			
Establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor.			
Identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor.			
GUÍA DE ENTREVISTA			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	SUBCATEGORIAS	INDICADORES	Ítems
Conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor	Noticias falsas	Rumores	¿Consideras que el Diario Depor contiene una serie de rumores en su información?
		Engaño	¿Crees que el Diario Depor fomenta el engaño a sus lectores?
		Manipulación	¿Consideras que el Diario Depor manipula a sus lectores a través de sus informaciones?
		Confusión	¿Alguna vez el Diario Depor te ha generado confusión con sus noticias difundidas?
Descubrir el impacto de la posverdad en los lectores del diario Depor.	Posverdad	Distorsión	¿Consideras que el Diario Depor distorsiona sus informaciones deportivas?
		Opinión	¿Crees que el Diario Depor difunde información falsa fomentando diversas opiniones sus lectores?
		Subjetividad	¿Consideras que las noticias que difunde el diario Depor son subjetivas con respecto a algún tema determinado?
FOCUS GROUP			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	SUBCATEGORIAS	INDICADORES	Ítems
Establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor.	Falta de credibilidad	Escepticismo	¿Consideras que las informaciones del Diario Depor genera escepticismo en su público?
		Desconfianza	¿Crees que el Diario Depor es un medio que genera desconfianza?
		Desprestigio	¿La falta de credibilidad es un factor que ocasiona desprestigio al Diario Depor?
Identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor.	Sensacionalismo	Exageración	¿Considera usted que el Diario Depor contiene un lenguaje informal provoca exageración en algunas de sus portadas o informaciones hacia sus lectores?
		Apasionamiento	¿Crees que el Diario Depor provoca el apasionamiento a través de sus informaciones respecto a sus aficionados y sus equipos favoritos?
		Alarmismo	¿Te has sentido alarmado debido a las diversas noticias o informaciones difundidas por el Diario Depor?

Anexo N°3: Plantilla para la guía de entrevista

OBJETIVOS:

- Conocer el efecto de las noticias falsas en los lectores del diario Depor.
- Descubrir el impacto de la posverdad en los lectores del diario Depor.

ENTREVISTADO:

GRADO:

INSTITUCIÓN:

CARGO:

FECHA:

- 1. ¿Consideras que el Diario Depor contiene una serie de rumores en sus informaciones?**

Comentario:

- 2. ¿Crees que el Diario Depor fomenta el engaño a sus lectores?**

Comentario

- 3. ¿Consideras que el Diario Depor manipula a sus lectores a través de sus informaciones?**

Comentario:

- 4. ¿Alguna vez el Diario Depor te ha generado confusión con sus noticias difundidas?**

Comentario:

5. ¿Consideras que el Diario Depor distorsiona sus informaciones deportivas?

Comentario:

6. ¿Crees que el Diario Depor difunde falsas informaciones fomentando diversas opiniones en sus lectores?

Comentario:

7. ¿Has criticado con subjetividad algunas de las noticias que difunde el Diario Depor con respecto algún tema determinado?

Comentario:

Entrevistados/ Preguntas					
Entrevistado:					

Anexo N°4: Plantilla para Focus Group

PARTICIPANTE:

GRADO:

INSTITUCIÓN:

CARGO:

FECHA:

MODERADOR:

OBJETIVOS:

- Establecer las consecuencias de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor.
- Identificar las consecuencias del sensacionalismo en los lectores del diario Depor.

Presentación:

- . Presentación Moderador.
- a. Motivo de la reunión.
- b. Presentación de los integrantes.
- c. Establecer la duración del Focus Group
- d. Preguntas a realizar para la respectiva discusión o debate:

1. **¿Consideras que las informaciones del Diario Depor genera escepticismo en su público?**

2. **¿Crees que el Diario Depor es un medio que genera desconfianza?**

3. **¿ La falta de credibilidad es un factor que ocasiona desprestigio al Diario Depor?**

4. **¿Considera usted que el Diario Depor contiene un lenguaje informal provocando la exageración en algunas de sus portadas o informaciones?**

5. ¿Crees que el Diario Depor provoca el apasionamiento a través de sus informaciones respecto a sus aficionados y sus equipos favoritos?

6. ¿Te has sentido alarmado debido a las diversas noticias o informaciones difundidas por el Diario Depor?

Anexo N°5: Validaciones de expertos

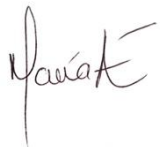
DATOS DEL EXPERTO 1

Nombres y Apellidos	Valladolid Garavito Luis	DNI N°	42362505
Nombre del Instrumento			
Dirección domiciliaria	La Esperanza - Trujillo	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Licenciado en Ciencias de la Comunicación	Teléfono Celular	981728077
Grado Académico	Magister		
Mención	Pedagogía Universitaria		
FIRMA		Lugar y Fecha:	15-06-2022

DATOS DEL EXPERTO 2

Nombres y Apellidos	Enrique Antonio Oliveros Margall	DNI N°	10314215
Nombre del Instrumento			
Dirección domiciliaria	Los Próceres- Santiago de Surco	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Comunicador Audiovisual	Teléfono Celular	993322668
Grado Académico	Magister		
Mención			
FIRMA		Lugar y Fecha:	12 de junio del 2022

DATOS DEL EXPERTO 3

Nombres y Apellidos	María Ángela Montenegro Paz	DNI N°	1085246193
Nombre del Instrumento	Matriz de validación de contenido para cuestionario de Desinformación periodística deportiva digital		
Dirección domiciliaria	Villa Aurora, Pasto, Nariño.	Teléfono domicilio	
Título Profesional/Especialidad	Comunicadora social – Periodista Esp. Comunicación Educativa	Teléfono Celular	3225351605
Grado Académico	Especialista		
Mención			
FIRMA		Lugar y Fecha:	San Juan de Pasto, 16 de junio de 2021

Anexo N°6: Validación Aiken de instrumentos

INSTRUMENTO SATISFACCIÓN ACADÉMICA																																
Validez Aiken	Dimensiones	#	Item	GLANDAD					CONSISTENCIA					PERTINENCIA					COHERENCIA					REPRESENTATIVIDAD								
				EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total(S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validez por Items ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total(S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validez por Items ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total(S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validez por Items ESCALAS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total(S) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken S/(n(c-1))	Validez por Items ESCALAS					
Noticias falsas	1	¿Consideras que el Diario Depor contiene una serie de rumores en su información?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	2	¿Crees que el Diario Depor fomenta el engaño a sus lectores?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	3	¿Consideras que el Diario Depor manipula a sus lectores a través de sus informaciones?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	4	¿Algunas vez el Diario Depor te ha generado confusión con sus noticias difundidas?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
Posverdad	5	¿Consideras que el Diario Depor distorsiona sus informaciones deportivas?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	6	¿Crees que el Diario Depor difunde información falsa fomentando diversas opiniones en sus lectores?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
Falta de credibilidad	7	¿Consideras que las noticias que difunde el diario Depor son subjetivas con respecto a algún tema determinado?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	8	¿Consideras que las informaciones del Diario Depor genera expectativas en su público?	3	3	2	8	0,89	Validez aceptable	3	3	2	8	0,89	Validez aceptable	3	3	2	8	0,89	Validez aceptable	3	3	2	8	0,89	Validez aceptable	3	3	2	8	0,89	Validez aceptable
	9	¿Crees que el Diario Depor es un medio que genera desconfianza?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
Sensacionalismo	10	¿La falta de credibilidad es un factor que ocasiona desconfianza al Diario Depor?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	11	¿Considera usted que el Diario Depor contiene un lenguaje informal que provoca exageración en algunas de sus portadas o informaciones hacia sus lectores?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
	12	¿Crees que el Diario Depor provoca el apasionamiento a través de sus informaciones respecto a sus aficionados y sus equipos favoritos?	2	3	3	8	0,89	Validez aceptable	2	3	3	8	0,89	Validez débil	2	3	3	8	0,89	Validez aceptable	2	3	3	8	0,89	Validez aceptable	2	3	3	8	0,89	Validez aceptable
	13	¿Te ha sentido alarmado debido a las diversas noticias o informaciones difundidas por el Diario Depor?	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte	3	3	3	9	1,00	Validez fuerte
Total Validez del instrumento por criterio				0,53	Validez débil			0,51	Validez débil			0,53	Validez débil			0,53	Validez débil			0,53	Validez débil											
Total Validez del instrumento por criterio	1,00			Validez fuerte																												

Anexo N°7: Portada Depor

Días movidos en Alianza Lima: Fondo Blanquiazul habló del fichaje de Guerrero y continuidad de Bustos

Salomón Lerner dio detalles de las nuevas conversaciones que se vienen dando con el 'Depredador' para que pueda sumarse a Alianza Lima con miras a lo que resta de la presente temporada.



Paolo Guerrero no juega un partido oficial desde octubre del 2021. (Foto: FPF)

Por: REDACCIÓN DEPOR



18+

¡NUEVO JUEGO!

GANA HASTA S/ 100MIL CON ESTE TESORO

TESOROS DE LA SELVA

TORITO GANA ALTOQUE PREMIOS AL INSTANTE

JUEGA AQUÍ

www.juegaperu.com

EL CUENTE DEBE INFORMAR SOBRE LAS REGLAS DEL JUEGO EN WWW.JUEGAPERU.COM

18+

¡NUEVO JUEGO!

GANA HASTA S/ 100MIL CON ESTE TESORO

TESOROS DE LA SELVA

TORITO GANA ALTOQUE PREMIOS AL INSTANTE

JUEGA AQUÍ

www.juegaperu.com

EL CUENTE DEBE INFORMAR SOBRE LAS REGLAS DEL JUEGO EN WWW.JUEGAPERU.COM

Anexo N°8: Portada Depor

Date el espacio para renovarte.

RESTO DEL MUNDO

Chile sigue soñando con Qatar 2022: el nuevo pedido que hizo por el 'caso Byron Castillo'

A pesar del fallo de la FIFA a favor de Ecuador, Chile insiste con clasificar al Mundial vía escritorio y ha pedido acelerar una respuesta a un recurso de apelación presentado hace unas semanas.

PUBLICIDAD



adondevivir
Le lleva al espacio que buscas

EMPIEZA A VENDER TU CONTENIDO

SQUARESPACE *Vende contenido y construye tu audiencia a la vez.*

Anexo N°9: Portada Depor



Peligra su asistencia al Mundial: DT de Australia analiza opciones en lugar de Redmayne

Síguenos en Google News



EDICIÓN
PE

Peligra su asistencia al Mundial: DT de Australia analiza opciones en lugar de Redmayne

La selección de Australia planifica su participación en el Mundial Qatar 2022 y el DT Graham Arnold analiza otras opciones en el arco, por lo que Andrew Redmayne podría quedar fuera.



Andrew Redmayne podría quedar fuera de la convocatoria de Australia para el Mundial. (Foto: EFE)

Por: REDACCIÓN DEPOR

28/07/2022 10:59 a.m.

PUBLICIDAD



Saber más

Anexo N°10: Portada Depor

Pdte. de Defensa y Justicia se pronunció sobre la chance de que Sebastián Beccacece llegue a Perú

El directivo del club argentino aclaró que no hubo ninguna comunicación con la Federación Peruana de Fútbol, pero que si se da el contacto, el DT deberá decidir si lo toma o no.



Sebastián Beccacece

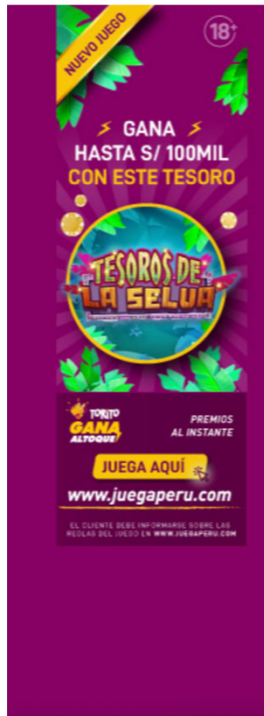
PUBLICIDAD



¡REGRESAMOS A TRUJILLO!
Del 06 al 23 Octubre

Product carousel with discount tags:

- Sebastián Beccacece: -27%
- Red gaming chair: -44%
- White gaming chair: -60%
- Spider-Man toy car: -61%
- Black gaming chair: -61%
- Green gaming chair: -59%
- Pink gaming chair: -59%



TESOROS DE LA SELVA
GANAR HASTA S/ 100MIL CON ESTE TESORO
¡JUEGA AQUÍ!
www.juegaperu.com



TESOROS DE LA SELVA
GANAR HASTA S/ 100MIL CON ESTE TESORO
¡JUEGA AQUÍ!
www.juegaperu.com

Anexo N°12: Matriz resultado cualitativos del Focus Group

MATRIZ DE RESULTADOS CUALITATIVOS DEPOR - FOCUS GROUP.xlsx										Buscar en la hoja									
Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista										Compartir									
P31																			
Categoría	Objetivo Específico	Instrumento	Indicador	Pregunta	Entrevistados	ANÁLISIS BASADO EN LAS CINTAS				ANÁLISIS DE COMPARACIÓN CONSTANTE				Resultado Inicial	Resultado del Objetivo				
						Fuente de datos- Respuesta	Codificación abierta	Codificación axial	Codificación selectiva	Codificación abierta	Codificación axial	Codificación selectiva							
Desarrollo de la periodicidad deportiva digital	Establecer las conexiones de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor	Guía de Focus Group	Exposición	¿Considera que las informaciones del Diario Depor genera expectativas en el público?	Lector 1	En la actualidad las noticias deportivas en el diario Depor, para mí, no me parecen muy interesantes, pero me gusta leerlas porque me ayudan a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.	Utilizo la imagen de Depor para poder visualizar mejor el contenido de las noticias deportivas que se publican en el sitio web de la página.												
					Lector 2	En algunas noticias deportivas, a veces me parece que se repite mucho la información, pero me gusta leerlas porque me ayudan a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.	Utilizo la imagen de Depor para poder visualizar mejor el contenido de las noticias deportivas que se publican en el sitio web de la página.												
					Lector 3	En algunas noticias deportivas, a veces me parece que se repite mucho la información, pero me gusta leerlas porque me ayudan a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.	Utilizo la imagen de Depor para poder visualizar mejor el contenido de las noticias deportivas que se publican en el sitio web de la página.												
					Lector 4	En algunas noticias deportivas, a veces me parece que se repite mucho la información, pero me gusta leerlas porque me ayudan a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.	Utilizo la imagen de Depor para poder visualizar mejor el contenido de las noticias deportivas que se publican en el sitio web de la página.												
					Lector 5	En algunas noticias deportivas, a veces me parece que se repite mucho la información, pero me gusta leerlas porque me ayudan a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.	Utilizo la imagen de Depor para poder visualizar mejor el contenido de las noticias deportivas que se publican en el sitio web de la página.												
Desarrollo de la periodicidad deportiva digital	Establecer las conexiones de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor	Guía de Focus Group	Desconfianza	¿Creen que el Diario Depor es un medio que genera desconfianza?	Lector 1	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 2	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 3	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 4	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 5	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
Desarrollo de la periodicidad deportiva digital	Establecer las conexiones de la falta de credibilidad periodística en los lectores del diario Depor	Guía de Focus Group	Desprejuicio	¿La falta de credibilidad es un factor que ocasiona desprejuicio al Diario Depor?	Lector 1	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 2	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 3	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 4	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												
					Lector 5	En general, me gusta leer el diario Depor, pero me parece que a veces se repite mucho la información, lo que me hace perder interés.	Me gusta leer el diario Depor porque me ayuda a estar al tanto de los eventos deportivos que se están realizando en el mundo.												

DOCENTES

Listo Accesibilidad: es necesario investigar

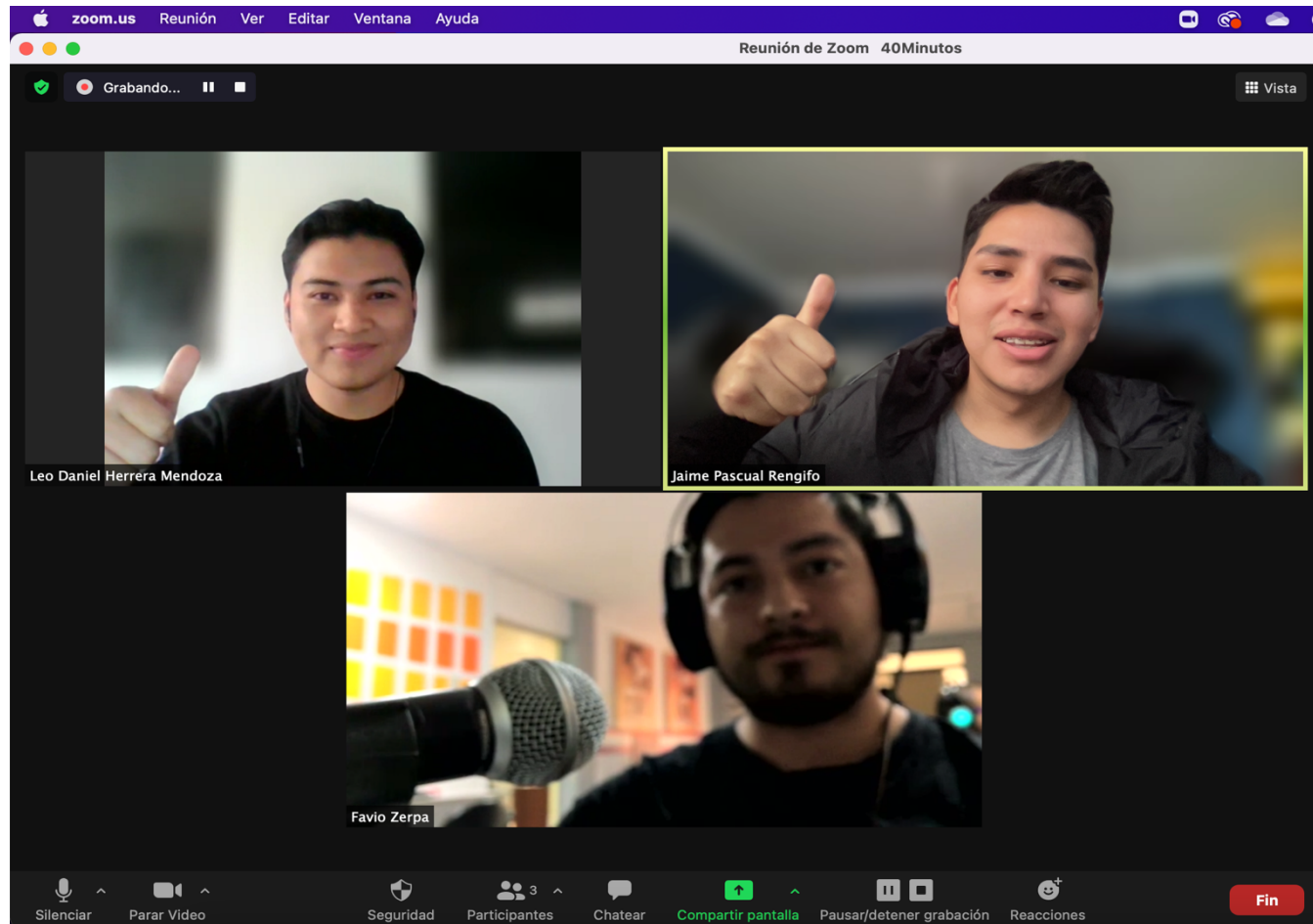
50 %

N37																											
Categoría	Objetivo Específico 4	Instrumento	Indicador	Pregunta	Entrevistado	ANÁLISIS BASADO EN LAS CINTAS Fuente de datos - Respuesta	ANÁLISIS DE COMPARACIÓN CONSTANTE			Resultado inicial	Resultado del Objeto																
							Codificación abierta	Codificación axial	Codificación selectiva																		
Desarrollo de la performance deportiva de la	Identificar los componentes del entrenamiento de los factores del deporte	Guiderforum Group	Expresión	¿Considera usted que el Deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad?	Lector 1	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	Se refiere a la expresión en el tema de los deportes.																				
					Lector 2	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																				
					Lector 3	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																			
					Lector 4	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																		
					Lector 5	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																		
Desarrollo de la performance deportiva de la	Identificar los componentes del entrenamiento de los factores del deporte	Guiderforum Group	Apuntamiento	¿Cree usted que el deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad?	Lector 1	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																				
					Lector 2	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																				
					Lector 3	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																			
					Lector 4	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																		
					Lector 5	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																		
Desarrollo de la performance deportiva de la	Identificar los componentes del entrenamiento de los factores del deporte	Guiderforum Group	Alerta	¿Cree usted que el deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad?	Lector 1	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																				
					Lector 2	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																				
					Lector 3	El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad. Algunos como la familia, el colegio, la iglesia, etc. El deporte es un fenómeno social que involucra a todos los sectores de la sociedad, pero no necesariamente a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.	El lenguaje informal, pero que, al ser un fenómeno social, involucra a todos los sectores de la sociedad.																			

Anexo N°13: Entrevista con el periodista deportivo del canal Cosmos Tv



Anexo N°14: Entrevista con el periodista deportivo de Sol Tv



Anexo N°15: Entrevista con el periodista deportivo de Sol Tv

Word Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Tabla Ventana Ayuda

Inicio Insertar Dibujar Silenciar Parar Video Seguridad Participantes Nueva función Reanudar función de compartir Anotar Control remoto Más

Sáb 20 ago 9:23

Su función de compartir las pantallas está en pausa Deja de

Times New R... 10 A A A A

Pegar N K S abe X₂ X²

AaBbCcDdEe AaBbCcDdEe AaBbCcDdEe AaBbCcDdEe AaBbCcDdEe AaBbCcDdEe

Normal Sin espaciado Título 1 Título 2 Título Subtítulo

GRADO:
INSTITUCIÓN:
CARGO:
FECHA:

1. **¿Consideras que el Diario Depor contiene una serie de rumores en sus informaciones?**

Comentario:
2. **¿Crees que el Diario Depor fomenta el engaño a sus lectores?**

Comentario
3. **¿Consideras que el Diario Depor manipula a sus lectores a través de sus informaciones?**

Comentario:
4. **¿Alguna vez el Diario Depor te ha generado confusión con sus noticias difundidas?**

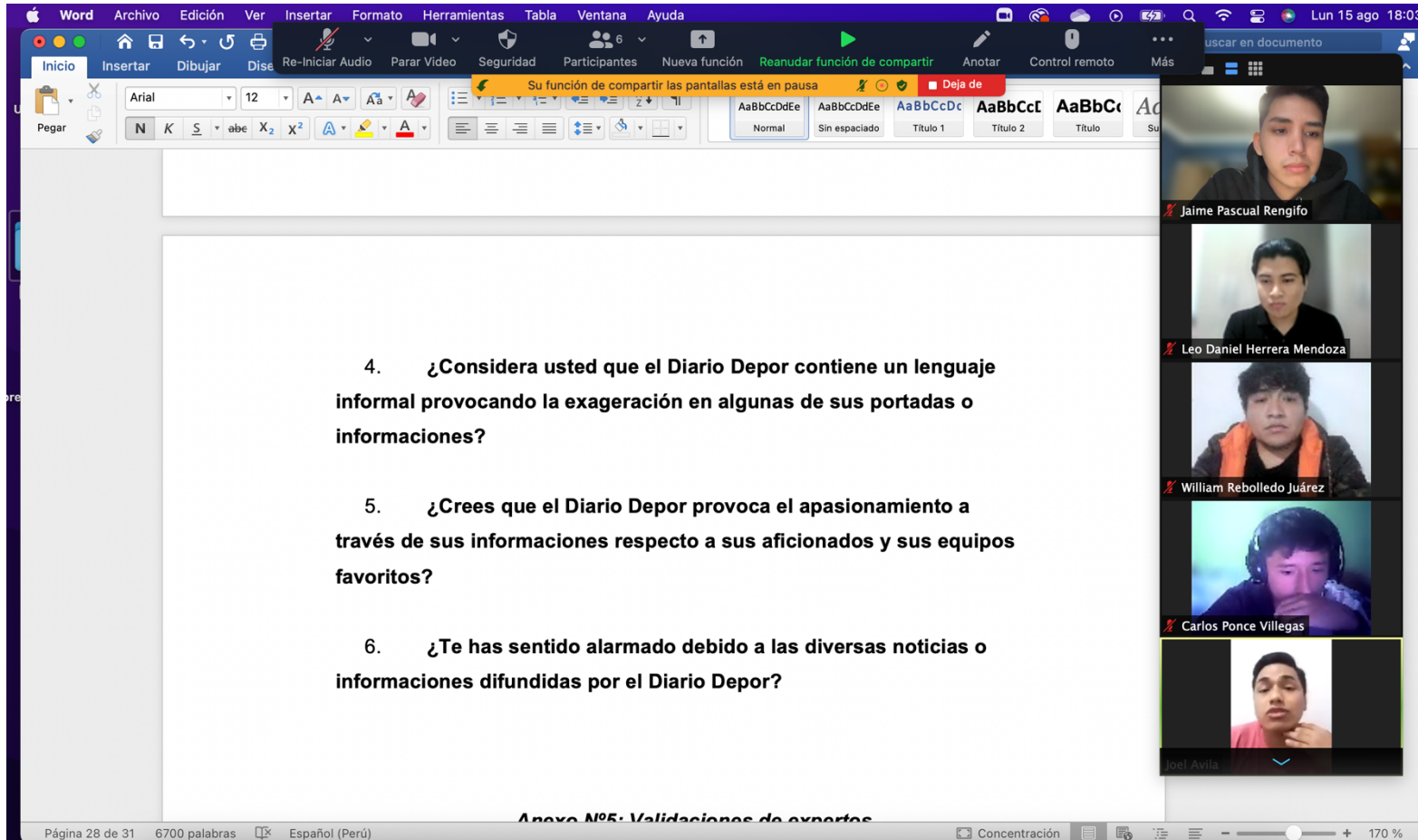
Página 26 de 31 6700 palabras Español (España) Concentración 140 %

Jaime Pascual Rengifo

Leo Daniel Herrera Mendoza

Favio Zerpa

Anexo N°16: Focus Group con los lectores del diario Depor



Word Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Tabla Ventana Ayuda

Inicio Insertar Dibujar Dise Re-Iniciar Audio Parar Video Seguridad Participantes Nueva función Reanudar función de compartir Anotar Control remoto Más

Su función de compartir las pantallas está en pausa Deja de

Arial 12

Pegar

N K S abe X₂ X²

AaBbCcDdEe Normal Sin espaciado Título 1 Título 2 Título

4. **¿Considera usted que el Diario Depor contiene un lenguaje informal provocando la exageración en algunas de sus portadas o informaciones?**

5. **¿Crees que el Diario Depor provoca el apasionamiento a través de sus informaciones respecto a sus aficionados y sus equipos favoritos?**

6. **¿Te has sentido alarmado debido a las diversas noticias o informaciones difundidas por el Diario Depor?**

Jaime Pascual Rengifo

Leo Daniel Herrera Mendoza

William Rebolledo Juárez

Carlos Ponce Villegas

Joel Avila

Anexo N°5: Validaciones de expertos

Página 28 de 31 6700 palabras Español (Perú) Concentración 170 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BELTRAN PELAEZ GIOVANNA MARYURITH, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis Completa titulada: "DESINFORMACIÓN PERIODÍSTICA DEPORTIVA DIGITAL: ANÁLISIS DE LAS CONSECUENCIAS EN LOS LECTORES DEL DIARIO DEPOR", cuyos autores son PASCUAL RENGIFO KILER JAIME, HERRERA MENDOZA LEO DANIEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 21 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BELTRAN PELAEZ GIOVANNA MARYURITH DNI: 18141671 ORCID: 0000-0001-9149-3055	Firmado electrónicamente por: GMBELTRANP el 26- 11-2022 22:14:49

Código documento Trilce: TRI - 0448687