

**UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**Escuela Profesional de Periodismo**



*Influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, Lima, 2018*

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Periodismo

**Presentado por:**

Yerson Javier Ayala Enríquez

**ASESOR(A):**

Edwin Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

Título: Influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, Lima, 2018

Autor: Ayala Enríquez, Yerson Javier

Asesor: Edwin Fernando Alarcón La Torre

Línea de investigación: Periodismo y nuevas tecnologías de la información

Fecha: 2019

Resumen: El presente texto nos mostrará las cercanías entre la prensa amarilla deportiva y la desinformación de los lectores. Se trata de la reflexión del periodismo deportivo que ha acercado su forma de ejercicio al entretenimiento. ¿De qué manera las temáticas escandalosas extradeportivas en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores?, ¿el uso del lenguaje vulgar y bélico en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores?, ¿De qué manera las portadas con titulares basados en rumores en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación? Estas preguntas nos resolverán las interrogantes que se ciernen sobre la influencia que tiene este tipo de periodismo deportivo en sus lectores.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Descripción del problema

El periodismo deportivo es una de las ramas de mayor importancia del periodismo y con mayor abundancia en su tiraje en el Perú. Ostenta una posición dentro de las preferencias de los lectores limeños. Pero con el pasar de los años ha ido perdiendo credibilidad y adoptando características poco adecuadas a las buenas prácticas del periodismo.

Una gran parte, por no decir la mayoría de los medios deportivos, prioriza hoy en día captar la atención del lector de la forma incorrecta o facilista. Atraer a los lectores con especulaciones, o contenido de poca calidad periodística, con el único fin de vender más el diario, olvidándonos de ciertas reglas básicas en ética y responsabilidad con la sociedad, y en mayor medida, con el deporte nacional.

Es una tendencia mundial esta situación. Se ha ligado estas prácticas al periodismo amarillo o sensacionalista, pero con la llegada del siglo XXI se las vincula con la desinformación y la posverdad, que estaban más atadas a temáticas políticas y económicas.

En la redacción deportiva se ha empleado el uso de jergas o titulares escandalosos, dejando de lado expresiones que no ofendan, ni que agraven el honor de las personas involucradas en la noticia. Además de que reglas básicas de redacción como lo es uso de conectores, hacen falta, en ocasiones, para una buena redacción.

Al retroceder a los derechos y principios del periodismo, Juan Gargurevich lo definió en una entrevista realizada por el diario La República como “el oficio de recoger, procesar y difundir información”. Y añade las funciones principales de esta profesión: “informar, entretener y divulgar”.

Esto nos da un conocimiento básico de la función que toda persona que ejerce la profesión de periodismo debería cumplir. Nunca desinformar, pero tampoco volver tedioso o aburrido la información por transmitir. Pequeño límite menospreciado. Pero

es conocido que estos valores para el periodismo de hoy en día es poco cumplido en muchas áreas periodísticas en el Perú, y con un lugar más específico, en Lima.

Lima, aun centralizando gran parte de los medios de comunicaciones más grandes del Perú, da una diversidad de matices con respecto al periodismo y los males que le aquejan. Con especial acentuación, en este trabajo nos centraremos en el periodismo escrito, sea ya de manera tradicional (formato físico) o moderno (formato digital).

Se puede encontrar desde periodismo serio o más afianzado a la investigación de diferentes temas (políticos, sociales, económicos, de salud, entre otros) hasta diarios sensacionalistas o comúnmente llamados “diarios chichas” o prensa amarilla. Esto por parte del formato físico.

En lo moderno, medios de comunicación digital (páginas web, en este caso) donde la facilidad para la tergiversación de los hechos y la manipulación de la publicidad con la cual dé a conocer esta última, son reiterativos, y causales de una baja aceptación y una pérdida considerable de la fidelidad de la noticia. Actualmente conocido en el mundo digital como “Fake News”.

Dentro de este campo, encontramos al periodismo deportivo escrito en ambos formatos. En el continuo tiraje de muchos diarios deportivos escritos es fácil constatar portadas extravagantes que tienden a lo que se denomina coloquialmente “vender humo”. Este comportamiento reiterativo en la prensa deportiva ha hecho que se genere cierta desconfianza con respecto a las noticias dadas por esta prensa.

De igual manera, en el medio digital, promoviendo los enlaces hacia sus propias páginas webs, muchos medios digitales colocan títulos que tienden a exagerar noticias y no dar una fidedigna correlación entre título (o portada) y el contenido de la noticia, causando malestar en el lector y una progresiva desestabilización en las informaciones periodísticas deportivas.

No darle el valor de una noticia, sino como consumo aligerado de chisme, mezclado de cierta obesidad mental al momento de la redacción escrita.

Ambos casos, fácilmente constatables en la compra de un diario deportivo o en la

visualización de una página de Internet, generan suspicacia y tratar de desentrañar las condiciones para que esto se dé. Y aunque la investigación presente se enfoque en lo escrito, el ámbito digital sirve como paleta para reflejar lo que se escribe en los medios físicos y su reflejo casi instantáneo en las respectivas webs de estos diarios o grupos periodísticos a las cuales están sujetos.

Punto a considerar es también que varios medios de comunicación con temática deportiva han ido depurando este mal que han ido acarreado desde mediados de los años 80s. Es de elogiar esta autodepuración que permite que un sector del periodismo gane mayor reputación y en especial, profesionalismo. Pero es un proceso largo que necesita de un mayor esfuerzo en conjunto. La crítica constructiva y reconocimiento del error y posterior mejora, deberían ir coligadas.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

- ¿Cómo es la influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores en Lima, durante el año 2018?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿De qué manera las temáticas escandalosas extradeportivas en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores en Lima, durante el año 2018?
- ¿De qué manera el uso del lenguaje vulgar y bélico en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores en Lima, durante el año 2018?
- ¿De qué manera las portadas con titulares basados en rumores en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores en Lima, durante el año 2018?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

- Determinar la influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, en el año 2018, en Lima.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Analizar de qué manera las temáticas escandalosas extradeportivas en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores, 2018, Lima

- Analizar de qué manera el uso del lenguaje vulgar y bélico en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores, 2018, Lima.
- Analizar de qué manera las portadas con titulares basados en rumores en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores, 2018, Lima

#### **1.4 Justificación de la investigación**

El presente trabajo de investigación se justifica en la medida que busca determinar la relación que existe entre la prensa amarilla deportiva y la desinformación en los lectores de la ciudad de Lima, en el año 2018. Por esto, la presente investigación se justifica en los siguientes aspectos:

##### **1.4.1 Teórica**

Mi proyecto de investigación va a aportar un nuevo hallazgo en el campo del uso de la información periodística deportiva. Una nueva teoría que tendrá como nombre: “Teoría sobre el grado de influencia de la prensa amarilla deportiva en los lectores”.

Esta teoría va a aportar a la comunidad de Lima, con nuevos modos de pensar y de cómo trabajar en la redacción periodística, en relación con el correcto manejo de la información deportiva, el lenguaje periodístico deportivo y el uso de los códigos de ética periodística deportiva.

Esta teoría va a consistir en que la prensa deportiva pueda generar un mejor contenido periodístico que pueda dar información de calidad y que cumpla la función de informar y educar, a los lectores. De este modo, logrando difundir mayor información deportiva, no solo futbolística, sino democratizando la información en las distintas disciplinas deportivas que existen en Lima.

##### **1.4.2 Metodológica**

El aporte metodológico de mi problema de investigación plantea nuevos aportes relacionados con el modo en que las empresas periodísticas deportivas deban elaborar sus publicaciones diarias, redactar sus textos con mayor calidad periodística y usar, de manera correcta, los códigos de ética periodística.

Estos métodos serán claros e idóneos para el correcto desenvolvimiento que tendrá los medios deportivos peruanos para que cumplan el respeto que debe tener todo medio de comunicación deportiva con su público, es decir, sus lectores. Ha de respetar un lenguaje

periodístico que brindará beneficios al consumirlos, como lo será en la formación de un vocabulario periodístico deportivo de mayor amplitud.

Además de fomentar el uso de un lenguaje estándar, con palabras de mayor técnica, relacionadas al ámbito deportivo, sin necesidad de utilizar lenguaje replano, que pueda relacionarse con el amarillismo periodístico. A esto se agrega, de lograr una redacción impoluta, que no genere un quiebre entre las características, necesarias para nuestros días, entre el sensacionalismo y el periodismo deportivo, pero sin lograr rebasar el límite en donde se encuentra el amarillismo.

Un aporte de mi investigación también será generar una estrategia que pueda lograr que se utilice con mayor fidelidad a los códigos de ética periodística deportiva, respetándolos y que buscará la promoción, entre los periodistas deportivos peruanos, de un uso adecuado de la información publicada, en favor de los receptores de la noticia, los lectores.

Mi problema de investigación aportará una serie de conocimientos y un mayor entendimiento sobre la forma y el contenido publicado por los medios periodísticos de Lima, para que su influencia pueda generar beneficios a los lectores y se pueda cumplir dos de los tres objetivos del periodismo, que es informar y educar.

### **1.4.3 Práctica**

Mi proyecto de investigación se justifica en la vida practica porque las empresas periodísticas deportivas peruanas, acogerán los aportes que tiene este proyecto de investigación y los van a aplicar. Por esta razón, los medios deportivos peruanos procederán a su aplicación en virtud de los hallazgos técnicos, metodológicos y teóricos, en materia de informaciones publicadas, lenguaje periodístico y el uso de códigos de ética deportiva.

A través de esta investigación será posible que los medios deportivos de la ciudad de Lima cambien sustantivamente sus modos de pensar y actuar con respecto a la forma y el contenido de la información publicada, a través de distintos mecanismos que puedan cubrir los parámetros mínimos con respecto a las reglas que el periodismo académico coloca con respecto a las producciones periodísticas.

La aplicación se dará en los sistemas de información deportiva y de regulación de la información periodística, para que puedan publicar información de calidad y sin

necesidad de recurrir a los rumores, teniendo como primer punto de filtro a los reglamentos que tendrá los códigos de ética periodística.

La redacción se observará y se ceñirá a los parámetros que tendrán que implementarse tras la implantación de un Manual de Estilo, necesario para una formalización del lenguaje periodístico.

Además, la promoción de estos dos puntos han de ir juntos con charlas y reuniones entre los periodistas de cada una de las salas de redacción para impulsar un mejor uso de las informaciones periodísticas deportivas. El cambio, para mejora, ha de ir no solo en las producciones periodísticas sino en el pensamiento sobre el tratamiento de las informaciones deportivas.

Un cambio con mayor cuidado para que la influencia no degenera, sino que brinde satisfacción y calidad en la información emitida. El lector ha de ser el mayor ganador de esta aplicación de procesamientos de mejoramientos en la redacción y el modo de actuar de la prensa deportiva, por tener una necesidad de información.

Los medios de comunicación deportiva peruanos han de estar al nivel necesario y requerido en los aspectos mencionados para poder lograr a cabalidad las tres funciones del periodismo: informar, educar y entretener

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### **1.5.1 Temporal**

El tiempo que se proyecta para esta investigación es del año 2018, en el cual se observa con mayor fuerza las variaciones entre los principales diarios deportivos y la relación que tenían con los lectores de estos diarios, debido a la clasificación de la selección peruana de fútbol al mundial de fútbol Rusia 2018

### **1.5.2 Espacial**

El lugar donde se tendrá lugar la investigación será en la ciudad de Lima. Esto debido a que es la capital del Perú y el punto donde se concentran los medios de comunicación deportiva más importantes del país. Además, poblacionalmente, es el lugar de mayor dimensión, por tanto, los resultados tienen mayor confiabilidad.

### **1.5.3 Social**



Como unidades de análisis se utilizará a grupos humanos (los lectores) y a los diarios deportivos que serán seleccionados para el estudio:

- Grupos humanos: Conformada por los lectores que tienen la costumbre de comprar o de leer a través de los portales web de cada medio, las notas informativas que publican.
- Diarios deportivos: Los medios deportivos, escritos o digitales, que serán seleccionados. “Depor”, “El Bocón” y “Libero” y “Todo Sport”.

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Marco histórico**

- María Fraguas de Pablo. (1986). La desinformación en la sociedad actual. Cuadernos de información, N°. 3, 23-32.
- Ángel Badillo. (14 de mayo de 2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información. Documento de trabajo, 8/2019, 3-20.

### **2.2 Antecedentes de la investigación**

#### **2.2.1 Nacional**

- Cavassa Sánchez, P. C. (2018). Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Líbero, El Bocón y Todo Sport (tesis para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación). Universidad de Lima.
- Cortez Urcia, V. L. & Eustaquio Prado, M. L. (2017). Estructura del lenguaje deportivo en los titulares de apertura del diario Depor en sus ediciones dominicales durante el año 2015 (Tesis para Licenciatura) Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Morales Rodríguez F. A., (2012) La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport (Tesis para Licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

#### **2.2.2 Internacional**

- Virués Azaustre, F. (2016). Análisis del funcionamiento y tratamiento de la información en los medios deportivos. (Trabajo fin de grado inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Montero Ramos F. J., (2018) Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa (Tesis Doctoral) Universidad Complutense de Madrid, España.
- Naranjo de Arcos, A., (2011) Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona (Tesis Doctoral) Universidad de Málaga.
- Álvarez Pedrosa, F.J. (2017). La crónica en el diario Marca antes y después de Internet: análisis de la cobertura de la selección española de fútbol (1984-2008). Alfara del Patriarca (Valencia): Universidad CEU Cardenal Herrera, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Departamento de Comunicación e Información Periodística.

- Carriedo Cayón, Alejandro, (2016) El seguimiento del fútbol a través de los medios de comunicación: repercusiones sobre el funcionamiento moral y la agresividad de los espectadores. Universidad de Oviedo, España.
- Muñoz Vela, Antonio Domingo (2016) Derecho a la información y deporte en la sociedad digital. Universidad de Málaga, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, España.
- Ramon Vegas, Xavier (2016) Sports journalism ethics and quality of information: the coverage of the London 2012 Olympics in the British, American and Spanish press. Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació, España.
- Marrone Otero, Jesús (2018) La importancia de la portada en las ventas del diario Marca (Tesis Doctoral) Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid, España.
- Márquez-Ramírez, M., & Rojas, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. Cuadernos.Info, (40), 173-188.

## 2.3 Bases teóricas

### 2.3.1 Bases teóricas de la variable independiente “Prensa amarilla deportiva”

- Concepto
  - Vargas Lescano, R. E. (2018). El sensacionalismo como discurso periodístico de las portadas de diarios deportivos: Caso Depor en la cobertura de la selección durante el mundial. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú.
  - Espejo Altamirano, A. (2016) Influencia de la prensa sensacionalista en la percepción sobre inseguridad ciudadana de los habitantes de la urbanización La Pascana del distrito de Comas, 2014. Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, Perú.
- Características
  - Dimensiones
    - Temáticas escandalosas extradeportivas
      - Rojas Torrijos, J. (2016). La creciente banalización de los contenidos deportivos. Cuadernos de periodistas, N° 03, 48-56.
      - Martínez, S. (11 de noviembre del 2007) ¿Periodismo deportivo? MedioTiempo

- Aira, C. (17 de abril del 2017) Periodismo Deportivo | “Hoy la actividad está ligada al espectáculo y la farándula” Xenen.
- Sinova, J. (8 de julio del 2015) La libertad más frágil. Ya no es periodismo, es espectáculo. El Mundo.
- Esneca Business School (24 de enero del 2019) El periodismo deportivo antes y ahora. Periodismo.
- Marzal J., Casero A.& Gómez J. (2009). Periodismo deportivo: el espectáculo del espectáculo. En Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo (216-225). España: Universitat Jaume I.
- Asensio, M., Pereira, N. & Pérez N. (9 de febrero del 2016) Periodismo deportivo: información vs espectáculo. España, Variacionxxi.
- Uso del lenguaje vulgar y bélico
  - Zambrano, W. (2011) *Las metáforas bélicas del futbol: un fenómeno cultural y discursivo*. (Tesis de titulación) Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Bogotá, Colombia.
  - Mangone, C. (1999). El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la guerra por otros medios. *Contratexto*, (12), 11-18.
  - Murube Tabanera, J. (2015) El lenguaje del futbol. Análisis de: La terminología bélica. Los prestamos lingüísticos. (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Comillas. Madrid, España.
  - Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales. ISSN 1696-019X n. V, 2007, pp 141-157
- Portadas con titulares exagerados
  - Mendoza Ávila, M. (2018) Características de las portadas periodísticas del diario *Líbero* y el periodismo deportivo – Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol. (Tesis de licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú.

### 2.3.2 Bases teóricas de la variable dependiente “Desinformación”

- Concepto

- Rodríguez Andrés, Roberto. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 231-244.
  - Características
    - Dimensiones
      - Abundancia de información
        - Grupo de Aprendizaje Colectivo. (2004). *Técnicas de desinformación Manual para la lectura crítica de la prensa*. España: Escuela Popular de personas adultas «La Prospe».
      - Fake News
        - López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre (2018). “Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356.
      - La Posverdad
        - CLAVERO, Juan. Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, [S.l.], n. 029, p. 167-180, jul. 2018. ISSN 1993-4904.

## 2.4 Marco conceptual

- Prensa amarilla
- Desinformación
- Lectores
- Posverdad
- Influencia
- Lenguaje
- Bélico
- Pseudo conocimiento
- Tipografías
- Fake News
- Opinión Pública
- Hiperproducción
- Pensamiento crítico

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Hipótesis de Investigación.**

#### **3.1.1 Hipótesis general.**

- A mayor influencia de la prensa amarilla deportiva, mayor desinformación en los lectores durante el año 2018, en Lima.

#### **3.1.2 Hipótesis específicas**

- Las temáticas escandalosas extradeportivas influirían directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima.
- El uso del lenguaje vulgar y bélico influiría directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima.
- Las portadas con titulares basados en rumores influirían directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima.

### **3.2 Variables de investigación**

#### **3.2.1 Definición Conceptual**

- Variable independiente
  - Prensa amarilla deportiva  
Prensa caracterizada por el cultivo del sensacionalismo relacionada a los deportes.
- Variable dependiente
  - Desinformación
    - Acción y efecto de desinformar. Dar información intencionadamente manipulada al servicio de ciertos fines. Dar información insuficiente u omitirla

#### **3.2.2 Definición Operacional**

- Variable independiente: Prensa amarilla deportiva
- Variable dependiente: La desinformación

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Prensa amarilla deportiva	Temáticas escandalosas extradeportivas	Información insuficiente	a) Siempre b) Casi siempre c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) Casi nunca e) Nunca
		Publicaciones de espectáculos	
		Cobertura periodística	
	Uso del lenguaje vulgar y bélico	Claridad en el lenguaje	
		Utilización de jergas	
		Uso de lenguaje bélico	
	Portadas con titulares exagerados	Información no confirmada	
		Utilización de tipografías	
		Titulares de impacto	

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
La desinformación	Abundancia de información	Pensamiento crítico	a) Siempre b) Casi siempre c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo d) Casi nunca e) Nunca
		Filtro de informaciones	
		Profundidad noticiosa	
	Fake News	Hiperproducción informativa	
		Proliferación de medios digitales	
		Desconfianza informativa	
	La Posverdad	Manipulación de la verdad	
		Pseudo conocimiento	
		Opinión pública	

### 3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

#### 3.3.1 Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y es el tipo de investigación es aplicada, porque quiere contrastar los conocimientos existentes con la realidad, con el fin de buscar soluciones prácticas a los problemas que se abordan en el campo de la investigación.

#### 3.3.2 Nivel de investigación

Mi investigación será de nivel descriptivo y explicativo porque consiste en plantear lo más relevante, en lo concernientes a casos específicos, ya sean de índole nacional e internacional, con respecto al caso del presente trabajo. Encontrar matices similares entre los detalles de los casos, como basamento para futuros pasos en la investigación.

Además, buscará describir el al periodismo deportivo limeño, haciendo énfasis en su redacción, el tratamiento de la información y el diseño y forma de sus publicaciones para el público lector de la ciudad de Lima.

Asimismo, se describirán las consecuencias del periodismo deportivo limeño, en los lectores de la ciudad de Lima, entre el año 2018. Cómo se dio y cómo se manifestó en la sociedad limeña es un punto trascendental para la investigación a nivel descriptivo.

### **3.3.3 Diseño de investigación**

Mi investigación tendrá un diseño no experimental debido a que no se manipula deliberadamente las variables debido a que la situación que se investiga ya ha sucedido en un hecho pasado. Además, es transversal porque se desarrolla en un único momento, el año 2018.

## **3.4 Población y Muestra**

### **3.4.1 Población**

La población de la presente investigación serán las del distrito de La Victoria, con 173,630 mil personas.

### **3.4.2 Muestra**

En la muestra solo se trabajará con un 0.01% de la población, para poder obtener una investigación realista. La cifra numérica de este porcentaje equivale a 17 unidades de análisis.

## **3.5 Métodos de investigación**

La investigación presente usara el método hipotético - deductivo porque usará la observación y recogerá la información que se obtenga de los lectores limeños en relación con los medios deportivos limeños y su percepción a la influencia que pueda ejercer los segundos en los primeros. Con esto se lograría dar mayores fuentes para la explicación del problema de investigación.

Además, se observará el desempeño periodístico que tuvieron los medios deportivos limeños en materia de tratamiento de la información que publicaron y en el uso del reglamento de los códigos de ética periodística deportiva.



Finalmente, porque se observará como la sociedad limeña, en el cual forma parte los lectores, como conjunto que recibe las informaciones periodistas de la prensa deportiva limeña, que usa el amarillismo, reacciona frente esto y sus consecuencias.

### **3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1 Técnicas**

Encuesta

Para la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta. Esta ayudará a comprobar la hipótesis.

#### **3.6.2 Instrumentos**

Para la presente investigación, se aplicó el instrumento del cuestionario estructurado. Las preguntas que comprende este instrumento son cerradas, por tanto, tienen una respuesta dicotómica. El cuestionario nos ayuda a brindar una respuesta más exacta al problema que buscamos hallar su respuesta. Este cuestionario fue sometido a un juicio de expertos y prueba piloto que se encuentran en los anexos.

**CAPÍTULO IV**  
**ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

**4.1. Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	Meses						
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Elaboración del proyecto							
Aprobación del proyecto							
Recolección de datos							
Procesamiento y análisis de datos							
Análisis y discusión de resultados							
Culminar el Informe Final							
Presentación de la Tesis							
Sustentación de Tesis							

**4.2. Presupuesto y financiamiento**

PARTIDA /ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio	05	S/. 50.00
Impresión y correcciones	200	S/.150.00
Anillados o espiralados	05	S/.40.00
Transporte o movilidad		S/.30.00
Fotocopias	100	S/.50.00
Trabajo de campo, encuesta		S/.50.00
Empastado	1	S/.30.00
<b>TOTAL</b>		S/400.00

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cavassa Sánchez, P. R. (2018). *Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Libero, El Bocón y Todo Sport* (Tesis para Licenciatura). Universidad de Lima, España, Perú.  
Recuperado de: <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/7133>
- Cortez Urcia, V. L. & Eustaquio Prado, M. L. (2017). *Estructura del lenguaje deportivo en los titulares de apertura del diario Depor en sus ediciones dominicales durante el año 2015* (Tesis para Licenciatura) Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Recuperado de:  
<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9646/CORTEZ%20URCIA-EUSTAQUIO%20PRADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Virués Azaustre, F. (2016). *Análisis del funcionamiento y tratamiento de la información en los medios deportivos* (Tesis de grado en Periodismo). Universidad de Sevilla, España. Recuperado de:  
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/43987>
- Montero Ramos F. J., (2018) *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa* (Tesis Doctoral) Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/47695/>
- Morales Rodríguez F. A., (2012) *La información deportiva incompleta y limitada de los diarios especializados Los casos de El Bocón, Libero y Todo Sport* (Tesis para Licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/397>
- Naranjo de Arcos, A., (2011) *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona* (Tesis Doctoral) Universidad de Málaga. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10630/4848>
- Hernández Sampieri, R. et. Al. *Metodología de la investigación*. Ed. McGraw Hill, Mexico, 2014.
- Real Academia Española. & Asociación de Academias de la Lengua Española *Ortografía de la lengua española*. Ed. Espasa Libros, Colombia, 2012.
- Castillo Vela, Raúl H. *Criterios que rigen la producción de noticias sobre los fichajes de futbolistas profesionales en el Perú: el caso del diario Depor*. (Tesis de Licenciatura) PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (2013). San Miguel-Perú.

- Gargurevich Regal, J. (1999) *Lo Real/Exagerado La Prensa sensacionalista en el Perú* (Tesis para Magister) PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU. Lima, Perú.
- Jáuregui, E. (2015) *Solo para hinchas: Radiografía de la prensa deportiva*. Recuperado de: <http://somosperiodismo.com/solo-para-hinchas-radiografia-de-la-prensa-deportiva/>
- Jáuregui, E. (2015) *Jaime Pulgar Vidal: “Si no argumentas no eres un periodista, eres un hincha más con un micrófono en la mano”*. Recuperado de: <http://somosperiodismo.com/jaime-pulgar-vidal-si-no-argumentas-no-eres-un-periodista-eres-un-hincha-mas-con-un-microfono-en-la-mano/>
- Maritza Espinoza (2015) *Juan Gargurevich: “El periodista tiene un poder pequeño, pero poderosísimo”*. Recuperado de: <http://larepublica.pe/19-03-2015/juan-gargurevich-el-periodista-tiene-un-poder-pequeno-pero-poderosissimo>
- Manuel Arboccó de los Heros. Jorge O’Brien Arboccó. (2012). *Barras bravas y tiempos bravos: violencia en el fútbol peruano*. Desde el Sur. Volumen 4 (Número 1) pp.57-76.
- Gargurevich Regal, J. (2000). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- María Fraguas de Pablo. (1986). La desinformación en la sociedad actual. Cuadernos de información, N° 3, 23-32. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2963574>
- Ángel Badillo. (14 de mayo de 2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información. Documento de trabajo, 8/2019, 3-20. Recuperado de: <https://n9.cl/02z2>
- Álvarez Pedrosa, F.J. (2017). La crónica en el diario Marca antes y después de Internet: análisis de la cobertura de la selección española de fútbol (1984-2008). Alfar del Patriarca (Valencia): Universidad CEU Cardenal Herrera, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Departamento de Comunicación e Información Periodística. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/8732>
- Carriedo Cayón, Alejandro, (2016) El seguimiento del fútbol a través de los medios de comunicación: repercusiones sobre el funcionamiento moral y la agresividad de los espectadores. Universidad de Oviedo, España. Recuperado de: <http://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/38388>

- Muñoz Vela, Antonio Domingo (2016) Derecho a la información y deporte en la sociedad digital. Universidad de Málaga, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, España. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/14170>
- Ramon Vegas, Xavier (2016) Sports journalism ethics and quality of information: the coverage of the London 2012 Olympics in the British, American and Spanish press. Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació, España. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/393739#page=91>
- Marrone Otero, Jesús (2018) La importancia de la portada en las ventas del diario Marca (Tesis Doctoral) Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Madrid, España. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/49141/1/T32079.pdf>
- Márquez-Ramírez, M., & Rojas, J. L. (2017). ¿Periodismo deportivo pasivo o proactivo? La cobertura del FIFAGate en la prensa deportiva de México y España. Cuadernos.Info, (40), 173-188. Recuperado de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2017000100173](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2017000100173)
- Vargas Lescano, R. E. (2018). El sensacionalismo como discurso periodístico de las portadas de diarios deportivos: Caso Depor en la cobertura de la selección durante el mundial. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Recuperado de: <https://doi.org/10.19083/tesis/625877>
- Espejo Altamirano, A. (2016) Influencia de la prensa sensacionalista en la percepción sobre inseguridad ciudadana de los habitantes de la urbanización La Pascana del distrito de Comas, 2014. Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/22/Angie\\_Espejo\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/22/Angie_Espejo_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Rojas Torrijos, J. (2016). La creciente banalización de los contenidos deportivos. Cuadernos de periodistas, N° 03, 48-56. Recuperado de: [http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC\\_31-1.pdf](http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC_31-1.pdf)
- Martínez, S. (11 de noviembre del 2007) ¿Periodismo deportivo? MedioTiempo Recuperado de: <https://www.mediotiempo.com/opinion/samuel-martinez/columna-samuel-martinez/periodismo-deportivo>
- Aira, C. (17 de abril del 2017) Periodismo Deportivo | “Hoy la actividad está ligada al espectáculo y la farándula” Xenen. Recuperado de:

<https://xenen.com.ar/2017/04/17/periodismo-deportivo-hoy-la-actividad-estilizada-al-espectaculo-y-la-farandula/>

- Sinova, J. (8 de julio del 2015) La libertad más frágil. Ya no es periodismo, es espectáculo. El Mundo. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/blogs/elmundo/la-libertad-mas-fragil/2015/07/08/ya-no-es-periodismo-es-espectaculo.html>
- Esneca Business School (24 de enero del 2019) El periodismo deportivo antes y ahora. Periodismo: Recuperado de: <https://www.esneca.com/blog/periodismo-deportivo-antes-ahora/>
- Marzal J., Casero A.& Gómez J. (2009). Periodismo deportivo: el espectáculo del espectáculo. En Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo (216-225). España: Universitat Jaume I Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/61399709.pdf>
- Asensio, M., Pereira, N. & Pérez N. (9 de febrero del 2016) Periodismo deportivo: información vs espectáculo. España, Variacionxxi. Recuperado de: <http://variacionxxi.com/2016/02/09/periodismo-deportivo-informacion-espectaculo-6612/>
- Zambrano, W. (2011) *Las metáforas bélicas del fútbol: un fenómeno cultural y discursivo*. (Tesis de titulación) Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5667/tesis733.pdf?sequence=1>
- Mangone, C. (1999). El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la guerra por otros medios. *Contratexto*, (12), 11-18. Recuperado de <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/719/691>
- Murube Tabanera, J. (2015) El lenguaje del fútbol. Análisis de: La terminología belica. Los prestamos lingüísticos. (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Comillas. Madrid, España. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/6098/1/TFG001404.pdf>
- Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales. ISSN 1696-019X n. V, 2007, pp 141-157 Recuperado de: <http://www.doxacomunicacion.es/pdf/articulobarrero.pdf>
- Mendoza Ávila, M. (2018) Características de las portadas periodísticas del diario *Líbero* y el periodismo deportivo –Eliminatorias al mundial Brasil 2014 – participación de la selección peruana de fútbol. (Tesis de licenciatura). Universidad San Martín de Porres. Lima, Perú. Recuperado de:

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zvBsGXf9QK8J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4307/3/mendoza\\_am.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe&client=opera](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zvBsGXf9QK8J:www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4307/3/mendoza_am.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe&client=opera)

- Rodríguez Andrés, Roberto. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 23 (1), 231-244. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/544e/f16c6199288771ed5de9526447b8aa038d3c.pdf>
- Grupo de Aprendizaje Colectivo. (2004). *Técnicas de desinformación Manual para la lectura crítica de la prensa*. España: Escuela Popular de personas adultas «La Prospe». Recuperado de: <https://n9.cl/ncv5>
- López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre (2018). “Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/nov/17.pdf>
- CLAVERO, Juan. Posverdad y exposición selectiva a fake news. Algunos ejemplos concretos de Argentina. *Contratexto*, [S.l.], n. 029, p. 167-180, jul. 2018. ISSN 1993-4904. Recuperado de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/1857>

ANEXOS:



**MATRIZ DE CONSISTENCIA (Enfoque Cuantitativo)**  
**Influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, 2018, Lima**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
Problema principal ¿Cómo es la influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, en el año 2018, en Lima?	Objetivo general Determinar la influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, en el año 2018, en Lima.	Hipótesis General A mayor influencia de la prensa amarilla deportiva, mayor desinformación en los lectores durante el año 2018, en Lima.	Variable Independiente Prensa amarilla deportiva	- Temáticas escandalosas extradeportivas - Uso del lenguaje vulgar y bélico - Portadas sensacionalistas	<b>A.- METODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> Método: Hipotético inductivo Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Transversal Retrospectiva  Nivel: Descriptivo Explicativo  Diseño: No experimental  <b>B.- POBLACION Y MUESTRA:</b> Población: 173,630 mil personas  Muestreo: No probabilístico dirigido  Muestra: 0.01% 17 unidades de análisis  <b>C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b> Técnica: Encuesta, Observación Instrumento: <b>Cuestionario</b> , Ficha de Registro  <b>D.- PROCESAMIENTO DE ANALISIS DE DATOS:</b> Utilización de software SPSS versión 25 para Windows.
Problemas específicos 1. ¿De qué manera las temáticas escandalosas extradeportivas en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores, 2018, Lima?  2. ¿De qué manera el uso del lenguaje vulgar y bélico en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores, 2018, Lima?  3. ¿De qué manera las portadas con titulares basados en rumores en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores, 2018, Lima?	Objetivos Específicos 1. Analizar de qué manera las temáticas escandalosas extradeportivas en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores, 2018, Lima 2. Analizar de qué manera el uso del lenguaje vulgar y bélico en la prensa amarilla deportiva influye en la desinformación de los lectores, 2018, Lima. 3. Analizar de qué manera las portadas con titulares basados en rumores en la prensa amarilla deportiva influyen en la desinformación de los lectores, 2018, Lima	Hipótesis específicos 1. Las temáticas escandalosas extradeportivas influiría directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima. 2. El uso del lenguaje vulgar y bélico influiría directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima. 3. Las portadas con titulares basados en rumores influiría directamente en la desinformación de los lectores, 2018, Lima.	Variable dependiente La desinformación	- Abundancia de información - <b>Fakes News</b> - La posverdad	





UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

## CUESTIONARIO

### Influencia de la prensa amarilla deportiva en la desinformación de los lectores, 2018, Lima

#### Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a la influencia de la prensa amarilla deportiva y la desinformación. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un "X" o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

1. Siempre	2. Casi siempre	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. Casi nunca	5. Nunca
------------	-----------------	-----------------------------------	---------------	----------

#### I. DATOS GENERALES

##### 1. Edad:

##### 2. Sexo:

- a. Femenino
- b. Masculino.

##### 3. Nivel de estudios:

- a. Primaria
- b. secundaria
- c. Superior

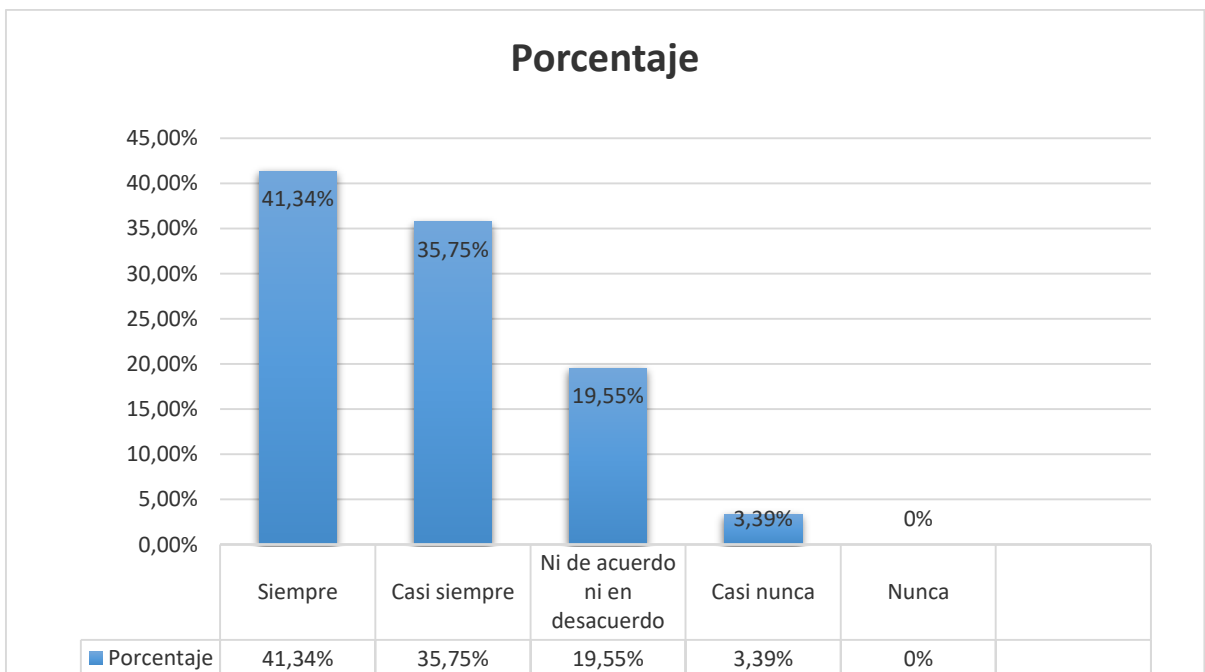
##### 4. Lugar de nacimiento

N°	PRENSA AMARILLA DEPORTIVA	1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la presa deportiva presenta información insuficiente?					
2	La información sobre espectáculos se ha convertido en parte llamativa de la prensa deportiva.					
3	La cobertura periodística deportiva se basa fundamentalmente al fútbol.					

4	¿Considera usted que la prensa deportiva posee claridad en el lenguaje?					
5	Las jergas son utilizadas en la prensa deportiva.					
6	La prensa deportiva utiliza lenguaje bélico en sus publicaciones					
7	La prensa deportiva brinda información no confirmada.					
8	¿Considera usted que la prensa deportiva tiene un adecuado uso de las tipografías?					
9	La prensa deportiva publica titulares de impacto.					
<b>VD</b>	<b>LA DESINFORMACIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	La desinformación fundamentalmente se basa en la falta de pensamiento crítico.					
2	La desinformación limita el filtro de las informaciones.					
3	La desinformación causa poca profundidad noticiosa.					
4	La hiperproducción informativa ha generado mayor desinformación.					
5	La proliferación de medios de comunicación digitales ha ocasionado desinformación.					
6	La desinformación causa desconfianza informativa.					
7	La desinformación causa manipulación de la verdad					
8	La desinformación genera pseudo conocimiento.					
9	La desinformación contribuye a la formación errónea de la opinión pública.					

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA – CUESTIONARIO

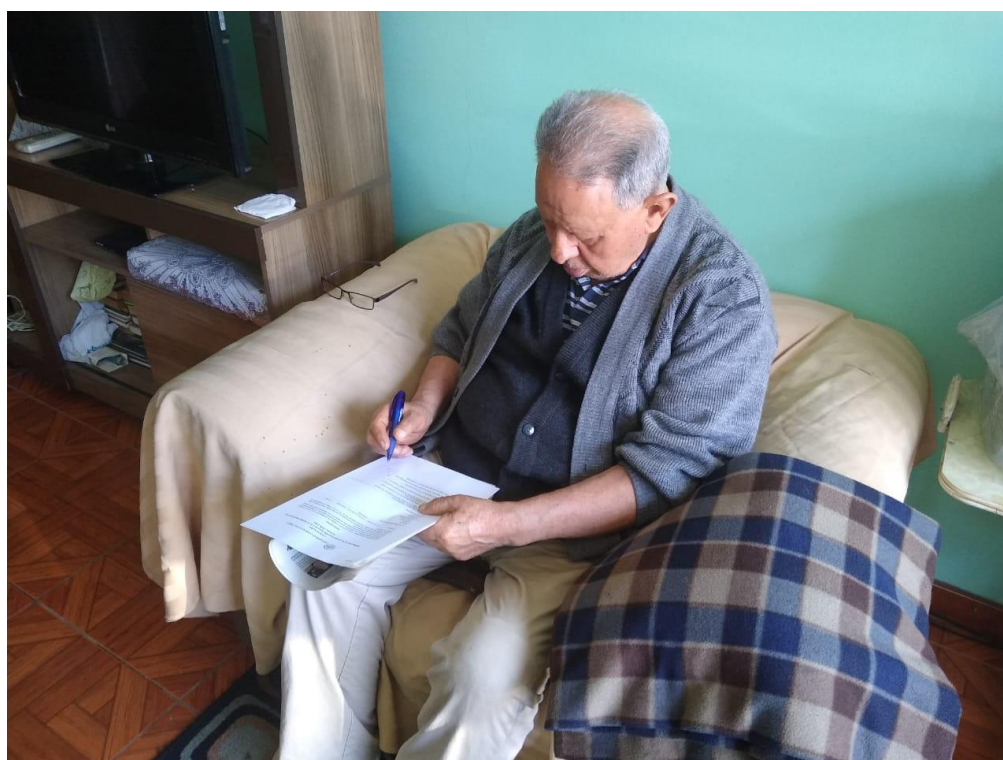
ALTERNATIVAS	CONTEO	PORCENTAJE
1 SIEMPRE	74	41.34%
2 CASI SIEMPRE	64	35.75%
3 NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	35	19.55%
4 CASI NUNCA	6	3.39%
5 NUNCA	0	0%
Total	179	100%



## RESULTADO DE EVALUACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

EXPERTO	PUNTAJE	OPINIÓN
1. Larriviere Roja, Gisele Cecilia	48	Válido, aplicar
2. Medina Bolo, José Carlos	40	Válido, mejorar
3. Hernández Menéndez, Pablo César	44	Válido, aplicar
TOTAL	44	Válido, aplicar

## EVIDENCIAS



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**1. DATOS GENERALES**

- 1.1.- Apellido y nombres del experto..... MEDINA BOLO, JOSSE CARLOS  
 1.2.- Cargo e institución donde labora:..... UNIV. CESAF VALLEJO  
 1.3.- Grado académico: MAESTRO..... registro colegio profesional 20177  
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación:.....  
 1.5.- Autor de instrumento: Yerson Javier Ayala Enríquez  
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.  
 Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: CRITERIOS		PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.				X	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.				X	
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				X	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la prensa amarilla deportiva y la desinformación de los lectores.				X	
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.				X	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				X	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				X	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				X	
Total parcial						
Total					40	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:.....  
 .....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:..... 40.....

**Puntuación**

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**1. DATOS GENERALES**

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Larriague Rojas, Gisele Cecilia  
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Profesora Universidad Jaime Bausate y Meza  
 1.3.- Grado académico: Magister registro colegio profesional .....  
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Cuestionario  
 1.5.- Autor de instrumento: Yerson Javier Ayala Enríquez  
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					✓
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					✓
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la prensa amarilla deportiva y la desinformación de los lectores.					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				✓	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				✓	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
	Total parcial			8	40	
	Total				48	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Valido para su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48

**Puntuación**

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

Gisele Larriague Rojas  
Firma del Experto

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**1. DATOS GENERALES**

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Hernández Menéndez, Pablo César  
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Universidad Jaime Bausate y Meza  
 1.3.- Grado académico: Bachiller registro colegio profesional .....  
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Cuestionario.....  
 1.5.- Autor de instrumento: Yerson Javier Ayala Enríquez  
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: CRITERIOS		PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.				X	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.				X	
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.-Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					X
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la prensa amarilla deportiva y la desinformación de los lectores.					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					X
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					X
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				X	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				X	
Total parcial				24		20
Total						44

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento es pertinente y se puede aplicar.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 44

**Puntuación**

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

  
Firma del Experto