



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA DESINFORMACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS EN LA PRENSA
DIGITAL**

**PRESENTADO POR
DIEGO ENMANUEL PADILLA MELENDEZ**

**ASESORA
LUZ MARÍA FLORES CABELLO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA DESINFORMACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS EN LA PRENSA
DIGITAL**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:
DIEGO ENMANUEL PADILLA MELENDEZ**

**ASESORA
MAG. LUZ MARÍA FLORES CABELLO**

**LIMA - PERU
2020**

PORTADA	i
INDICE	ii
INTRODUCCION.....	iii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1 Descripción de la situación problemática.....	4
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1 Problema General.....	5
1.2.2 Problema específico 1	5
1.2.3 Problema específico 2	6
1.3 Objetivo de la investigación	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivo específico 1	6
1.3.3 Objetivo específico 2	6
1.4 Justificación de la investigación.....	6
1.4.1 Importancia de la investigación.....	6
1.4.2 Viabilidad de la investigación.....	7
1.5 Limitaciones del estudio	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1 Antecedentes internacionales	8
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	9
2.1.3 Teorías de la comunicación que respaldan la variable	11
2.2 Bases teóricas	12
2.2.1 Prensa Digital	12
2.2.2 Videojuegos.....	17
2.3 Definición de términos básicos	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA	27
CONCLUSIONES.....	29
REFERENCIAS.....	31
Referencias de artículos científicos y revistas	32
Libros impresos y electrónicos.....	37

INTRODUCCIÓN

En el capítulo uno se analiza la problemática que tiene la prensa digital en la publicación de contenidos sobre videojuegos a nivel general. Por ello, se realiza una investigación extensa basada en la variable y sus derivados para dar a conocer los problemas que esta presenta y los objetivos que se quiere plasmar al público en general.

La prensa digital en los medios de comunicación viene jugando un papel muy importante debido a que sirve como herramienta para la elaboración de nuevos contenidos periodísticos que apoya a los comunicadores de profesión y así proliferar el sentido de la investigación.

Por el lado del capítulo dos, se encuentra los antecedentes de investigación que estén vinculados con la variable prensa digital y la temática videojuegos. Luego, se procede a resolver las bases teóricas de videojuegos, desinformación y prensa digital.

Por último, la variable investigada utiliza una serie de características para mostrar noticias falsas en los contenidos que vayan a enseñar, como, por ejemplo: titulares llamativos, contenidos amarillistas, entre otras.

Los resultados de la investigación y las conclusiones mostrarán el estado actual que tiene la industria de los videojuegos en la prensa digital y también algunas recomendaciones para no ser víctima de la desinformación referente al tema.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación problemática

La prensa digital se ha ido transformando a lo largo del tiempo y se debe a que el hombre ha evolucionado para adaptarse a los cambios sociales que se han presentado en el planeta. Mucho tiene que ver el avance de las nuevas tecnologías que trajo consigo la popular Internet.

Ramón Salaverría (2001) define a la prensa digital como la especialidad del periodismo que se emplea en la Internet para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos enriquecedores para el lector. En ese sentido, ¿estas nuevas herramientas digitales son confiables para investigar y publicar información?

Lamentablemente, la Internet que brinda la tecnología no son usados con un fin positivo, sino a la inversa, porque personas que se mantienen en el anonimato se aprovechan de los lectores que aún no están enterados de la grave desinformación que se puede encontrar en las plataformas digitales, y así obtienen la potestad de crear contenidos ficticios para distorsionar la realidad.

Un claro ejemplo de la desinformación en la prensa digital se da en la industria de los videojuegos que alberga a un aproximado de 2500 millones de personas alrededor del mundo y que se basa en la interacción de la persona con juegos a través de diferentes plataformas tecnológicas. Para Albert García (2014), este sector de entretenimiento es uno de los más afectados por las falacias que origina

los medios digitales, ya sea por la información que puede traer el uso de estos aparatos electrónicos y también sobre el contenido revelador acerca de un juego específico, con la finalidad de tener más interacciones en sus portales web.

El periodista Javier García (2019) califica de amarillistas a la prensa especializada en videojuegos que en líneas generales utiliza recursos exagerados y distorsionados con el fin de que sus contenidos sean leídos, debido a la gran reputación que ha venido generando este sector de tecnológico.

En ese sentido, se puede afirmar que la prensa digital especializada en este sector de entretenimiento llamado *videojuegos*, también corre el riesgo de caer en la desinformación.

Este trabajo de investigación bibliográfica servirá de apoyo para que el cibernauta o lector digital evite caer en la desinformación acerca de los contenidos de la industria de los videojuegos y puedan detectar qué páginas web son confiables para acceder a este tipo de contenido.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo identificar la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos?

1.2.2 Problema específico 1

¿Cuáles son las características de la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos?

1.2.3 Problema específico 2

¿Cuáles son las consecuencias de la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos?

1.3 Objetivo de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Identificar la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos.

1.3.2 Objetivo específico 1

Conocer las características de desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos.

1.3.3 Objetivo específico 2

Conocer las consecuencias de la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación

La presente investigación tiene como finalidad aportar y enriquecer de conocimiento a todos los lectores de la prensa digital acerca de la desinformación que puede encontrarse en los videojuegos para que eviten caer en este tipo de mentiras.

La relevancia de enseñar esta investigación es poder alertar al usuario digital que navegar por internet también tiene sus desventajas y que las noticias falsas sobre

los videojuegos abundan en esta plataforma.

Otro punto a recalcar son los diversos estudios relacionados a este sector que cuentan con la certificación fiable para poder comunicar los diferentes conceptos y beneficios que puede traer la industria de los videojuegos.

Los resultados de la investigación bibliográfica demostrarán que la prensa digital es uno de los ciberespacios donde se comparte información falsa sobre los videojuegos y a la vez, desmentir muchas incógnitas que se tienen de ello.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

La investigación se podrá llevar a cabo porque se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para realizar la investigación correspondiente. También con el tiempo necesario, porque la coyuntura actual nos obliga a trabajar desde casa. Por último, se tiene acceso a repositorios gratuitos de diferentes centros de estudio superior para poder consultar las fuentes necesarias.

1.5 Limitaciones del estudio

Debido al contexto actual en el que vivimos, no es recomendable salir al exterior, por lo tanto, no tenemos la posibilidad de acudir a la *Biblioteca Nacional* para investigar diversas fuentes de información. Otro punto negativo que puede afectar es la saturación de la Internet y la falta de herramientas tecnológicas para realizar la investigación. Por último, la coyuntura hace que estemos al pendiente de nuestra salud y si no nos encontramos en óptimas condiciones, no se podrá lograr la investigación propuesta.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Bañón, M. (2017). La prensa del videojuego (Tesis de pregrado). Universidad Abierta de Cataluña, España.

La siguiente tesis de pregrado o trabajo de investigación tiene como finalidad el estudio del videojuego en la prensa a nivel general, tanto escrita como digital. Dicho esto, el autor analiza el origen de los videojuegos hasta la influencia que tiene la era de la Internet en esta industria. Asimismo, se da a conocer las falacias que tienen algunos medios digitales a la hora de hablar sobre este sector para obtener visitas en sus páginas web.

La metodología que se utiliza es la de *corpus* para el análisis, debido a que este método de investigación identifica las fuentes periodísticas de distintos medios y de distintas épocas con la ayuda de fuentes bibliográficas consecuentes para un correcto contraste.

En las conclusiones o resultado final, el autor afirma que la industria mundial de los videojuegos y el periodismo han evolucionado juntos. También que los líderes de este sector no deben manipular la información que circula para solo obtener un par de lecturas adicionales.

Rosales, L. (2018). Estrategias de desinformación en la prensa española. Análisis de El Mundo y El País (Tesis de pregrado). Universidad de Valladolid, España.

El trabajo de investigación realizado por Lianet Rosales Amador, expone la realidad de dos periódicos españoles muy reconocidos a nivel global, como lo son *El País* y *El Mundo*. La finalidad de dicha tesis fue dar a conocer si realmente hay desinformación por parte de los diarios mencionados y enseñar a los lectores cómo detectar este problema.

La metodología utilizada fue la investigación empírica porque se hace énfasis a que el estudio de los diarios El Mundo y El País fue digital y el autor utilizó su experiencia y observación de los hechos en 300 noticias para poder llevarlo a cabo.

Como conclusiones finales, se detectó una mentira en la web digital del diario El País que se basaba en el titular y texto de la nota. Por lo tanto, la autora da a conocer que la sociedad no se informa al 100% verídicamente porque ni los mismos diarios de prestigio utilizan una buena comunicación hacia sus lectores.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Honores, I. (2016). Libertad de Expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales (Tesis de licenciatura). Universidad Jaime Bausate y Meza, Perú.

El objetivo de análisis del siguiente antecedente de tesis nacional expone los motivos del por qué la prensa digital en ocasiones brinda información falsa a los lectores. Desde noticias hasta imágenes fraudulentas va la desinformación de la

prensa digital con el fin de confundir a los usuarios para que puedan generar opiniones virales.

El trabajo presenta un modelo de investigación cualitativo y el nivel de investigación tipo exploratorio descriptivo porque identifica la desinformación que presenta la Internet.

Otra conclusión es que el bulo o noticia falsa se representa de diferentes maneras. Suele abarcar el lado multimedia como los videos, fotos, notas informativas, redes sociales, entre otras.

Como resultado final, se concluye que, cualquier persona puede generar contenido en la Internet, sea verdadero o falso. Por ende, los lectores suelen confundirse con la realidad del asunto.

Tapia, R. (2020). Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

La presente investigación desarrolla un estudio de la desinformación, abarcando las características hasta las consecuencias de esta. El objetivo del trabajo fue elaborar categorías de la desinformación, fake news y sus tipos, para poder dar a conocer esta problemática en la época actual.

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo porque demuestra una crítica hacia los aspectos teóricos y prácticos de la desinformación en la sociedad. El estudio también adscribe una investigación descriptiva porque se analiza lo social relacionándolo con la desinformación y sus principales características.

Como conclusiones del trabajo para licenciatura, se obtuvo que se expone de manera conceptual o teórica la existencia de desinformación en la sociedad desde hace décadas y que la definición o concepto de *fake news* y *desinformación* son muy parecidas.

2.1.3 Teorías de la comunicación que respaldan la variable

a. Teoría de la aguja hipodérmica

Lovera (2017) indicó que la propuesta fue diseñada por Harold Lasswell entre los años 1920 y 1930. También que esta enseña cómo los medios de comunicación persuaden y transmitir información a las masas, adicionando que así logran manipular a sus públicos.

Por otro lado, Mónica Ambort (2016) revela que la *aguja hipodérmica* es una exageración de las primeras teorías de la comunicación porque no solo se trata de la manipulación de los medios de comunicación, sino que ahora se incluye a las relaciones de las audiencias que se informan de estos medios y generan una comunicación masiva en su entorno.

b. Teoría de la Agenda Setting

La Pontificia Universidad Católica de Chile (2015) en una entrevista a Maxwell McCombs señaló que la propuesta fue diseñada por McCombs y Donald Shaw en el año 1972. La teoría mencionada indica cómo es la influencia de los medios de información en los públicos, y estudia el impacto de la prensa tradicional y electrónica.

En ese marco, para la revista *Revista Ikaró* (2017), la *agenda setting* plantea que los medios de comunicación eligen los temas a tratar para que la sociedad discuta su importancia y que ellos son los encargados de incluir o excluir la información que la prensa les hace llegar. Asimismo, la revista también menciona que la prensa elabora con anticipación su agenda de trabajo que tienen en mente para luego compartirlo al público.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Prensa Digital

Este fenómeno de masas presenta ventajas como la inmediatez, feedback con el usuario, datos de entes oficiales, y desventajas como insuficiencia de fuentes bibliográficas para contrastar la información, contenidos de dudosa procedencia, entre otras, así lo afirma la agencia de traducción en España, Tradupla (2020).

a. Definición

La Prensa Digital para Ramón Salaverría (2001) es la especialidad del periodismo que se emplea en la red de la Internet para investigar, elaborar y difundir todo tipo de material periodístico para los usuarios digitales.

Sánchez (2007) define al periodismo digital o prensa digital como una nueva manera de hacer periodismo gracias a las redes de la Internet que proporcionan una herramienta de apoyo a los comunicadores y estos puedan mirar hacia nuevos objetivos y tener facilidades como claridad, brevedad, contextualización en la investigación y el manejo de diferentes fuentes para presentar una información veraz para el lector.

Para Rodríguez y Pedraza (2009), la prensa digital no solo es definida como una herramienta de soporte para los periodistas o comunicadores, sino que también es un estilo que perfecciona la búsqueda de noticias y que contribuye en grandes proporciones a los medios de comunicación y a los internautas que navegan por las redes. Rodríguez y Pedraza (2009), señalan que esta tendencia tecnológica de nunca acabar se puede dividir en dos simples pasos: el perfeccionamiento de los motores de búsqueda para que los usuarios tengan la información que solicitan al momento, y la gran acogida que ha tenido esta herramienta por parte de los cibernautas en cuanto a la incorporación de nuevos contenidos multimedia.

Por otro lado, Gonzáles (2016) puntualiza que los periodistas deben adaptarse a los medios digitales porque estas sirven de apoyo para su labor como profesional, además que les brinda nuevas formas de creación de material periodístico. Sin embargo, para Glenda González (2015) este fenómeno es una combinación de la prensa tradicional, radio y televisión que utilizan un mismo recurso a la vez, la Internet.

b. Origen

Las plataformas digitales han impulsado a los periodistas a mejorar sus características de búsqueda de información, pero sin descuidar la ética que le acontece. Si bien es cierto que el avance de tecnología en las últimas décadas ha sido vital para que el periodismo escrito pueda cambiar de espacio, ¿qué le hace tan importante actualmente?

Los inicios de la prensa digital se remontan a los años '90, así lo afirma la Universidad Central de Cataluña (2017), en su artículo web denominado “Del papel al digital: la evolución de la prensa escrita”. De acuerdo con la casa de estudios de nivel superior, el diario británico ‘*The Telegraph*’ lanza la iniciativa de mudarse a la plataforma digital como ‘*Electronic Telegraph*’ en el año 1994, siendo el primer periódico en realizar dicha hazaña. Ese mismo año, el medio digital ‘*San José Mercury News*’ es oficializado en California, Estados Unidos.

Sin embargo, para Glenda Gonzáles (2015) en su artículo web llamado “Periodismo digital: evolución y características”, la tendencia del periodismo digital nace en 1993, debido a que muchos ciudadanos norteamericanos empezaron a publicar información general en los medios digitales de CompuServe, America Online y Compulink Information Exchange.

c. Relevancia

Sin duda alguna, la revolución de la era digital ha significado mucho para los periodistas. Este avance de la tecnología permite que los lectores tengan información inmediata sobre noticias, pero también tienen mayor acogida que la prensa escrita. Esta afirmación lo puntualiza el diario digital El Independiente (2020), donde menciona que la mayoría de los usuarios o lectores de la prensa digital, se informan en un casi 80% a través de diarios digitales, dejando de lado la prensa escrita.

De tal manera, el diario El Independiente (2020) hace referencia a que la información expuesta anteriormente, es contrastada por cinco importantes

periódicos españoles: Público, El Independiente, Cuarto Poder, El Confidencial y El Diario.

En conclusión, la era digital viene tomando más poder con el transcurrir de los años y eso lo hace líder indiscutible de información para que la sociedad.

d. Características de la Prensa Digital

Como bien sabemos, la Prensa Digital no solo está conformada por la inmediatez de información que puede facilitar esta herramienta tecnológica, sino que también cuenta con sus propias características. Yamile Haber (2004) indica que las características del concepto periodístico digital se pueden dividir en la ***interactividad***, por la conexión que tiene el receptor y el mensaje informativo que visualiza, ***el espacio infinito***, por la amplia variedad de contenido encontrado en la web y ***personalización de contenidos***, porque cada cliente, usuario o cibernauta tienen diferentes gustos de contenido. Sin embargo, para Glenda Gonzáles (2015) la prensa digital tiene tres características importantes que son: *hipertextualidad*, *interactividad* y *multimedialidad*.

- **Hipertextualidad**

Esta característica de la prensa digital según Paula Pérez (2016) se denomina a la *hipertextualidad* como un elemento clave de la era digital que no solo ayuda a posicionar y hacer entender mejor una noticia, sino que le da un elemento fundamental para que el lector pueda ampliar su búsqueda de información si es que decide hacerlo.

Mientras que Salaverría (2004) expone a la hipertextualidad como una característica de la prensa digital que se encarga de organizar los componentes importantes de interacción mediante textos, imágenes y sonidos.

- **Multimedialidad**

En el caso de esta característica de la prensa digital, Angulo (2016) menciona que los jóvenes de la actualidad tienen que contar con una computadora e Internet para poder educarse de manera digital. En pocas palabras, necesitan imágenes, videos, sonidos, textos, entre otras, para poder captar la información que necesitan y culturizarse.

Por otro lado, Salaverría (2004) hace mención que los periodistas deben narrar la información que dirigen a la audiencia a través de imágenes o sonidos, y estos profesionales deben saber cuándo darle protagonismo a una noticia para que se adapte a la multimedialidad deseada.

- **Interactividad**

La aparición de nuevas plataformas web como las redes sociales dieron inicio a un intercambio casi instantáneo de comentarios. En ese contexto, Magaly Varas y Cristián González (2015) plasman que esta característica de la prensa digital puede ser observada en los medios de comunicación y que les puede brindar a los lectores el beneficio de poder dialogar con ellos y ser parte de la alternativa de debate que se genera a través de la noticia publicada.

Aunque para Salaverría (2004), la interactividad ha generado un mal entendido con los medios tradicionales porque estos se han caracterizado por ser unidireccionales

cuando transmiten información y que, la interactividad en la red rompió ese monopolio, porque cualquier persona puede realizar dicha acción.

2.2.2 Videojuegos

Lo primero que se nos viene a la cabeza cuando hablamos de videojuegos es la proyección de una imagen a través de un dispositivo electrónico que nos genere adrenalina y gusto por lo que estamos viendo. En ese contexto, Juan Francisco (2015) indica que la industria de los videojuegos es el que ha tenido mayor rentabilidad en los últimos años entre los países de primer mundo.

a. Definición

Para la Real Academia Española (2020), los videojuegos se definen como los dispositivos electrónicos que permiten mostrar la simulación de un juego a través de una computadora, televisor u otro medio donde se pueda visualizar una imagen.

No obstante, para la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (2016), los videojuegos hacen referencia a toda acción de entretenimiento que se enseñe en una pantalla gráfica y que sea manipulado por controladores como el teclado, mouse, entre otras.

Zhuxuan Zhao (2017) asevera que los videojuegos nacen del papel del juego en el desarrollo humano, por ende, estos son un nuevo tipo de juegos a nivel general. De la misma forma, Zhuxuan Zhao (2017) cita a Johan Huizinga y este define a los videojuegos como una actividad que se realiza fuera de la vida real.

b. Historia

Con la salida de la PlayStation 5 y las nuevas Xbox Series, la evolución de los videojuegos sigue avanzando con el paso de las décadas. Pero la historia de estas empresas comerciales también son parte de la historia de los juegos digitales.

Joan Carol (2020) detalla que en el evento denominado 'New York's World Fair' del año 1939, se halló el primer videojuego denominado 'Nimatron'. Este era un ordenador que solo permitía jugar con el bot (inteligencia artificial). Seguido a esto, por el año 1972, Ralph Baer construyó la consola *Magnavox Odyssey* que estaba modificada para utilizarlo con un televisor.

En ese mismo año, Joan Carol (2020) también comenta que, con la llegada de una de las compañías principales en videojuegos, hablamos de *Atari*, sus creadores Nolan Bushnell y Ted Dabney, iniciaron el proyecto de concretar un videojuego de Ping-Pong llamado *Pong*, que logró buenas ventas.

Para Joan Carol (2020), la fiebre de la década de los '80 fue la revolución de la era de los videojuegos, porque clásicos como *Space Invaders*, *Donkey Kong*, *Pac Man* y *Tetris*, se crearon en ese lapso de tiempo y que hasta ahora se siguen jugando por su gran calidad de imagen que presentan.

No fue hasta la década de los 90 donde salieron más videojuegos con mejor resolución de imagen como *Mortal Kombat*. Pero la creación de videojuegos no fue lo único, las nuevas consolas como PlayStation y Nintendo 64 en el año 1994 y 1996 consecutivamente, marcaron la historia de este sector y se convirtieron en los más comprados y buscados hasta la actualidad, así lo menciona Joan Carol (2020).

La actualización de consolas era lo más nuevo de ese entonces, pero Joan Carol (2020) puntualiza que estos aparatos electrónicos compitieron con otro gigante comercial que fueron los videojuegos en las computadoras como *Warcraft* de la compañía *Blizzard*, que se caracterizaba por ser un juego de multijugador masivo que se convirtió en la revolución de ese entonces porque estuvo a la par de sus similares PlayStation y Nintendo.

El siglo XXI no fue la excepción, Joan Carol (2020) detalla que, los aún líderes en el sector de videojuegos, *PlayStation* y *Nintendo*, tuvieron el terreno comercial más difícil con la llegada de Microsoft en el año 2001 y la plataforma *Steam* de *Valve* en el año 2003, debido a que estas dos compañías creadoras de diversos videojuegos aptos para todo público tenían la misma calidad que un juego hecho por Nintendo o PlayStation.

Ya en pleno 2020, Joan Carol (2020) hace hincapié con las plataformas digitales, porque estas han tenido un impacto tremendo en los amantes de los videojuegos. Este sector tan querido por muchos se mudó a las famosas plataformas 'streaming' en la Internet y son el albergue de muchos jugadores profesionales y amateurs llamados *creadores de contenido* que consumen los juegos más populares para entretener a los usuarios.

c. Relevancia de los videojuegos

¿Por qué los videojuegos se pueden considerar relevantes en la sociedad? Una pregunta que muchas personas se cuestionan hasta la actualidad, ya que varios lo consideran como una actividad de ocio que no genera beneficios.

Pero Del Moral, Guzmán y Fernández (2014) no lo consideran así, ellos plantean que los videojuegos pueden utilizarse como herramienta de educación, siempre y cuando se aborde desde la resolución de problemas y así las personas creen estrategias de investigación y exploración.

Esta información es constatada por Cristina Castro (2017), donde menciona que la Universidad Oberta de Catalunya (UOC) realizó una investigación con 116 participantes, de los cuales 112 ofrecieron resultados positivos y concluyeron que jugar a los videojuegos mejora la actividad cerebral, generando mayor capacidad de atención, habilidad para interpretar mapas, mejora en la toma de decisiones y beneficios en enfermedades neurodegenerativas.

Albert García (2014) recalca que los videojuegos no solo apoyan el factor educativo, sino que en el factor social también es fundamental, porque en una cita que realiza al doctor en Psicología, Xavier Carbonell, hace conocimiento que vivir virtualmente es el futuro del mundo, ya sea en el ámbito laboral, educativo o de salud.

d. Desinformación

La desinformación no es una tendencia nueva que se viene registrando en la sociedad. Podemos encontrar noticias falsas en las redes sociales, en la televisión, en la radio, y otros medios de comunicación, así como también en los argumentos de las personas. Para TeleSur (2020), a la famosa palabra *desinformación* también se le dice “bulos” como parte de los calificativos nombrados en algunos países de Latinoamérica.

e. Definición

Para Olmo (2019), el concepto de desinformación es la difusión mal intencionada de hechos que tiene como finalidad transmitir una realidad distorsionada y así generar incertidumbre o desestabilización en su target o público objetivo.

Yendo en ese contexto, para Roberto Rodríguez (2019) la definición de desinformación no es más que un término común que se hizo popular desde el siglo XX con la llegada de la Guerra Fría y que consiste en transmitir información no verídica.

f. Consecuencias

Morales Campos y Estela Mercedes (2018) publicaron un artículo denominado '*Desinformación en la Sociedad de la Información y el Conocimiento*' donde hacen de carácter público las consecuencias de la desinformación en nuestro entorno. Para los autores, toda acción tiene reacción, por lo tanto, la desinformación ya sea transmitida por rumores o noticias falsas tendrá consecuencias para quien emite, recibe, manipula y propaga este daño a la sociedad. En pocas palabras, todos los involucrados tendrán un pésimo final si es que lo hacen con conocimiento de causa.

Fundación Corona (2019) investigó una región de Colombia para analizar la desinformación de los jóvenes respecto a la educación escolar y universitaria que deben tener y evidenciaron las siguientes consecuencias. Para 329 de ellos, la educación no es una pieza clave para el futuro del país y que 973 consideran que el trabajo o empleo no es fundamental, sino todo lo contrario, es una obligación o un castigo que tienen pendiente con la sociedad.

Las consecuencias también pueden ser mortales, y este es el ejemplo que cita Marián González (2019) en donde reveló que, una turba enfurecida en el país de Colombia, asesinó a un joven de 23 años por un mal entendido que se generó en redes sociales. Según González, se empezó a proliferar la información sobre este joven en donde lo tildaban de secuestrador de niños, información que fue desmentida luego por la policía.

g. Desinformación en la era de la internet

Desde que las nuevas tecnologías hicieran su mejor creación, hablamos de la Internet, muchas personas empezaron a utilizar esta plataforma para subir contenidos de diferentes temas de manera anónima.

Por ejemplo, Marián González (2019) manifestó que, en un pueblo de México, se generó la desinformación acerca de dos oficiales que eran difamados como secuestradores de menores. Esta información llegó a las personas de dicha localidad y acudieron a la comisaría para golpearlos. Luego se comprobó que lo mencionado hacia los policías era falso.

Las redes sociales han sido el hogar de una serie de mentiras que se propaga como virus por parte de gente maliciosa. Mientras más avanza la tecnología, habrá nuevos descubrimientos y la visualización de información hacia estas plataformas digitales siempre tendrá sus dudas.

h. Mecanismos de detección

De acuerdo con Andrés Cavelier (2017), hay una manera de evitar caer en las noticias falsas de la prensa digital donde se comparte información acerca de

diversos temas. En primer lugar, se debe corroborar las fuentes de información de donde la noticia proviene. Por ejemplo, la dirección del sitio web tiene que ser legítima, porque si se visita páginas cuyo URL termine en “.co” o “.su”, puede ser falso. Lo recomendable es investigar si las páginas web visitadas son verídicas. El segundo punto son los titulares y textos, en este caso cuando un titular es demasiado llamativo o difícil de creer, se podría considerar una noticia falsa. Esto sucede igual con los textos, cada información debe tener un autor de renombre que respalde lo publicado, caso contrario, se indicaría que es falso. El tercer punto abarca las redes sociales. Por el lado de la red social Facebook, se pueden apreciar constantemente noticias de diferentes temáticas porque se tiene la ventaja de publicarlo instantáneamente, además, abundan los famosos *spams* que son contenidos molestos que perturban a los lectores. Y de la misma forma se encuentra WhatsApp, donde normalmente la desinformación se presenta en el formato de audio y mensajes para hacer creer a las personas cosas erróneas.

De igual manera, Juliana Gragnani (2018) realizó una lista de pasos que deben tener los cibernautas para no caer en la desinformación: 1) Leer la noticia, más no conformarte con el titular, 2) Averiguar el origen de la fuente de información, sobre todo si te genera desconfianza, 3) Buscar los titulares en google para corroborar que otros medios hayan publicado lo mismo, 4) Indagar los datos que se citan en la noticia para afirmar si son verdaderos, 5) Verificar si la fecha del texto es actual, porque a veces desinforman con datos pasados, 6) Contraste de las fotos, audios y videos que puedes visualizar.

i. Desinformación de los videojuegos en la prensa digital

- **Casos**

Daniel Ollero (2018) publicó un artículo en el diario El Mundo acerca de la manipulación que tiene la prensa digital sobre el uso de los videojuegos. De este modo, Ollero dio a conocer que el actual presidente de Estados Unidos, Donald Trump, culpó el uso de videojuegos violentos por el tiroteo que realizó un joven llamado Nick Cruz en el instituto Marjory Stonoman de Florida en el año 2018.

Según Daniel Ollero, la prensa digital de la Casa Blanca, subió un video a la plataforma oficial de YouTube enseñando los videojuegos más violentos de la última década. Asimismo, el Gobierno de Trump citó a las industrias de este sector para que restrinjan los videojuegos de acción. Este hecho pasó a la historia porque no solo se iba a quedar con la respuesta de Trump, sino que un grupo de académicos le contestaron al presidente de Estados Unidos con un estudio para demostrar lo contrario.

Dicho esto, Daniel Ollero (2018) hace referencia a Christopher Ferguson, Doctor en Psicología Clínica y Patrick Markey, Doctor en psicología, debido a que los especialistas mencionaron a través de sus investigaciones que los videojuegos violentos no son el problema de que jóvenes asesinen a otras personas, agregando que no existe ninguna prueba científica que relacione al sector de videojuegos violentos con los asesinatos que se dan día a día.

Los mostrado es un claro ejemplo de desinformación que arremete la prensa digital sobre el uso de los videojuegos. De la misma manera se encuentra la

desinformación de los contenidos de videojuegos. Un modelo a explicar es el estudio que realizó Guillermo Paredes (2019) cuando citó a tres empresas dedicadas y especializadas en informar sobre contenidos de videojuegos en la web: Hobby Consolas, Vandal y 3D juegos.

Las tres compañías que manejan su parte digital en gran proporción, son de origen español. Según Paredes, estas empresas digitales son muy recurridas en España para consultar dudas acerca de un juego en específico y por eso, se aprovechan de la inocencia de las personas que no tienen conocimiento. El estudio del especialista dio a conocer que 3DJuegos es el medio digital que más rumores tiene acerca de los contenidos de videojuegos con un resultado de 642 noticias. Le sigue Hobby Consolas con 516 noticias y, por último, Vandal con 265 noticias.

Los resultados obtenidos fueron que el uso del rumor en estos medios contribuye una especulación de información para obtener visitas en sus portales web. Además, no tienen filtros para contrastar los datos que tienen.

El experto de la investigación concluyó en que los mencionados medios digitales españoles especializados en videojuegos usan los rumores en sus noticias para informar sobre el futuro que le depara a algún videojuego en específico.

En base a lo investigado, las noticias en contra de los videojuegos en la prensa digital abundan y se puede dividir en dos: desinformación acerca del uso de los videojuegos y la desinformación acerca de los contenidos de videojuegos que utilizan algunos medios para obtener más visitas en sus webs.

2.3 Definición de términos básicos

- Prensa Digital: Especialidad del periodismo para compartir los mismos contenidos periodísticos en los medios digitales. La prensa digital lo pueden realizar expertos o inexpertos en el tema.
- Hipertextualidad: Es un elemento clave de los medios digitales para ampliar la búsqueda de información sobre un tema y que ayuda a hacer entender mejor al lector sobre una noticia.
- Multimedialidad: Es la información que se puede presentar en audio, video o texto. Por ejemplo, la información del uso de los videojuegos podemos encontrarlo como video, como audio y en un documento, todas tienen la misma información.
- Interactividad: Es la opinión que tienen los usuarios respecto a un tema en específico.
- Ciberespacio: Plataforma creada por los medios digitales para navegar por la Internet.
- Contrastar: Verificar con otras fuentes de información si el contenido en mención es verdadero o falso.
- Internautas: Personas que utilizan las plataformas digitales como Internet.
- Prensa Amarillista: Tipo de periodismo que presenta titulares exagerados para aumentar las visitas de los usuarios y generar más rentabilidad.

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

El presente trabajo de investigación bibliográfica tuvo como principal teoría de la comunicación a la teoría de la Aguja Hipodérmica, la cual sostiene que los medios de comunicación manipulan a las masas y esto puede generar controversia en la sociedad. Bajo esta aclaración, la teoría de la Aguja Hipodérmica es la que más se asemeja al presente trabajo de investigación porque se habla de la desinformación que utiliza la prensa digital acerca de los videojuegos para crear diversidades entre las personas que lo leen.

En ese contexto, se logró identificar la desinformación que hay en la prensa digital acerca de los videojuegos para controlar al público. En base a lo mencionado, podemos indicar que existen dos tipos de desinformación de la prensa digital acerca de los videojuegos: 1) Desinformación sobre el uso de los videojuegos y 2) desinformación sobre los contenidos de algún videojuego en específico para captar más visitas. ¿Entonces? Hay un fenómeno negativo que está posicionado en el mundo y que, a pesar de darnos cuenta, no hacemos mucho por cambiarlo o mejorarlo.

Otro punto a comprobar fue el por qué los medios digitales comparten información exagerada o rumores sobre los videojuegos para obtener visitas de lectores. En ese sentido, se obtuvo como resultado que era una forma más fácil de generar

rentabilidad. Esta práctica negativa que realizan varios medios digitales se ha vuelto muy común en la industria de los videojuegos.

Los medios deben aprender a compartir información verdadera para enriquecer al lector, y no manipularlo con falacias. Por último, no se encontraron consecuencias graves que pueda afectar a las personas que utilizan estas herramientas tecnológicas, pero sí desventajas para quienes comparten desinformación sobre los videojuegos por intereses propios, como el desprestigio hacia esta industria del entretenimiento o desprestigio de la misma compañía que transmite la información falsa.

CONCLUSIONES

Analizando la presente investigación se concluyó lo siguiente:

1. Se puede identificar la desinformación de los videojuegos en la prensa digital a través del contraste de los enlaces URL, los titulares, el texto, las fuentes de información, citas de autores verdaderos y la búsqueda de la noticia en el navegador de google para compararlo con otros medios.
2. Una característica de la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos es el anonimato en los usuarios que redactan la noticia. Compartir información en la prensa digital también se realiza de manera gratuita y por eso mismo abundan las noticias falsas sobre videojuegos que desencadenan la desinformación en los lectores. No hay un filtro exacto para detectar si la información publicada en los medios digitales es verídica o no.
3. Las redes sociales de hoy en día también son un factor clave para multiplicar los contenidos engañosos de los videojuegos porque a través de ellos se pueden compartir audios, videos y fotos de carácter doloso.
4. Los medios digitales realizan estrategias como los rumores acerca de contenidos de videojuegos con el fin de obtener más visitas a sus contenidos falsos. Un claro ejemplo son 3DJuegos, Vandal y Hobby Consolas.
5. En base a lo investigado, existen dos tipos de desinformación de la prensa digital acerca de los videojuegos: el primer tipo es la desinformación en el uso de los videojuegos y el segundo es la desinformación de los contenidos sobre un determinado juego que se utiliza para atraer más interacción o visitas en sus redes.

6. Las consecuencias de la desinformación en la prensa digital acerca de los videojuegos pueden causar desprestigio en la empresa involucrada o en la misma industria de los videojuegos, si es que alguna figura pública miente acerca de esta herramienta tecnológica. Tomando como ejemplo a Donald Trump, él acusó a este sector de entretenimiento por el tiroteo que realizó el joven Nick Cruz en el instituto Marjory Stonoman de Florida el pasado 2018, debido a una presunta adicción a los videojuegos violentos.

REFERENCIAS

Tesis y trabajos de grado

Bañón, M. (2017). *La prensa del videojuego* (tesis de pregrado). Universidad Abierta de Cataluña, España. <https://cutt.ly/QjrlDxv>

Hernández, J. (2015). *La influencia de los videojuegos en el proceso de adopción tecnológica: Un estudio empírico en la región de Murcia* (Tesis doctoral). Universidad Católica de Murcia. <https://cutt.ly/ajrlx8J>

Honores, I. (2016). *Libertad de Expresión en Internet: Informaciones falsas que generan polémica en redes sociales* (Tesis de licenciatura). Universidad Jaime Bausate y Meza, Lima, Perú. <http://repositorio.bausate.edu.pe/handle/bausate/23>

Martínez, B. y Villanueva, B. (2019). *Características del periodismo digital en Facebook del distrito de Huacho – 2019* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Facultad de Ciencias Sociales. <https://cutt.ly/PjrU55z>

Rosales, L. (2018). *Estrategias de desinformación en la prensa española. Análisis de El Mundo y El País* (Tesis de pregrado). Universidad de Valladolid, España. <https://cutt.ly/3jrlmHh>

Tapia, R. (2020). *Las fake news: impacto social y nuevos desafíos para los servicios de información* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. <https://cutt.ly/Lkd4oST>

Zhao, Z. (2017). *Videojuegos, educación y desarrollo* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, España. <https://cutt.ly/qjrlYRZ>

Referencias de artículos científicos y revistas

Angulo, H. (2016). Periodismo multimedia: el diseño multimedial en el periodismo boliviano. *Punto Cero*, 21 (32), 56-57. Recuperado de <https://cutt.ly/xjrlGas>

Ambort, M. (2016). Medios masivos con poder de choque: La aguja hipodérmica. *Revista El Cactus*, 5(5), 23-24. Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/Cactus/article/view/15546>

Del Moral, M., Guzmán, A. y Fernández, L. (2014). Serious Games: escenarios lúdicos para el desarrollo de las inteligencias múltiples en escolares de primaria. *Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, (47), 15-17. <https://doi.org/10.21556/edutec.2014.47.121>

Gonzáles, M. (2019). Fake news: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (45), 29-52
Recuperado de <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/issue/view/791>

Gonzáles, C y Alarcón, M. (2016). Interactividad en sitios web de medios: buscando nuevas formas de diálogo con sus usuarios. *Revistas Científicas Complutenses*, 22(1), 549-566. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/52613/48366>

Gonzáles, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis

diarios nacionales de información general en su versión digital. *Revista Opción*, 32 (7), 746-766. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>

Justel, S. (2012). Transformación en la audiencia, transformación en los medios: un marco para el estudio de los retos y estrategias de las empresas periodísticas. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (4), 21-38. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/53399>

Paredes, G. (2019). El uso del rumor en la prensa digital de videojuegos. Análisis de contenido de los medios especializados: Hobby Consolas, Vandal y 3DJuegos. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (45), 146-148. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.09>

Rodríguez. R y Pedraza. R. (2009). Prensa digital y Web 2.0. *Revista Académica Sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, (7). Recuperado de <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-7/prensa-digital.html>

Rodríguez, R. (2018). Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales. *Historia y Comunicación Social*, 23(1), 231-233. <https://doi.org/10.5209/HICS.59843>

Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planes comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (7), 385-395. Recuperado de

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866>

Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista de Latinoamérica de Comunicación Chasqui*, (86), 38-45. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008606.pdf>

Sánchez, D. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1),67-73. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5745894>

Referencias electrónicas de páginas web

Barragán, G. (2019). Consecuencias de la desinformación en el rumbo de la vida de los jóvenes [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://cutt.ly/ijrI0VU>

Casado, J. (2015). *Maxwell McCombs: “Las noticias influncian cómo piensan las personas”*. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado de <https://cutt.ly/2jrlXz6>

Cavelier, A. (2017). *Cómo detectar las noticias falsas*. Estados Unidos: AARP. Recuperado de <https://cutt.ly/1jrlNUM>

Castro, C. (2017). *Jugar a los videojuegos mejora el cerebro*. España: Diario digital El Independiente. Recuperado de <https://cutt.ly/ljrOq61>

Carol, J. (2020). *La evolución de los videojuegos: de un laboratorio a los móviles*. Cataluña, España: El Periódico de Catalunya. Recuperado de <https://cutt.ly/0jrOrLV>

- El Independiente. (2020). *El 58% de los lectores de prensa se informa a través de diarios digitales*. España: Diario digital El Independiente. Recuperado de <https://cutt.ly/DjrOiWX>
- García, J. (15 de octubre del 2019). La demonización del videojuego [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.hyperhype.es/la-demonizacion-del-videojuego/>
- Gragnani, Juliana. (2018). Guía básica para identificar noticias falsas (antes de mandarlas a tus grupos de WhatsApp). Brasil: BBC News|Mundo. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>
- García, A. (2019). *Videojuegos: una industria de 135.000 millones*. Barcelona, España: Revista Magazine. Recuperado de <https://cutt.ly/1jrOalg>
- García, A. (2014). *Los videojuegos como factor educativo y social*. Barcelona, España: La Vanguardia. Recuperado de <https://cutt.ly/7jrOgod>
- González, G. (marzo del 2015). Periodismo digital: evolución y características [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://cutt.ly/5jrOjIO>
- Lovera, J. (2017). *La teoría de la Aguja Hipodérmica y el Modelo de Harold Lasswell*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Recuperado de <https://cutt.ly/yjrOIRk>
- Ollero, D. (2018). *La ciencia ha hablado: los videojuegos violentos no causan las matanzas escolares*. Madrid, España: Diario El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/papel/historias/2018/03/22/5ab273c2468aeb351>

[28b465e.html](#)

Olmo, J. (2019). *Desinformación: concepto y perspectivas*. España: Real Instituto Elcano. Recuperado de <https://cutt.ly/xhGJCs1>

Pérez, P. (2016). *El periodismo en la era digital*. Madrid, España: Diario El País. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Real Academia Española (2020). Definición de videojuego. Recuperado de <https://dle.rae.es/videojuego>

Revista Íkaro. (2017). *Teoría de la Agenda Setting o de la manipulación de los medios*. San José, Costa Rica: Revista Íkaro. Recuperado de <https://cutt.ly/NjrOcm9>

Tradupla. (2020). *Ventajas y Desventajas de la prensa como medio de comunicación*. España: Tradupla S.L.U. Recuperado de <https://cutt.ly/KjrOvZf>

TeleSur. (2020). *Fake news y desinformación, los nuevos retos del periodismo*. Caracas, Venezuela: TelesurHD. Recuperado de <https://cutt.ly/LjrOnph>

Universidad Central de Cataluña. (27 de febrero del 2017). Del papel al digital: la evolución de la prensa escrita [Mensaje en un blog]. <https://cutt.ly/UjrOm6m>

Zapata, L. (2014). *Las 5 preguntas del Modelo de Comunicación Interna de Harold Lasswell*. Uruguay: Excellentia Consultores. Recuperado de <https://cutt.ly/UjrOWvE>

Libros impresos y electrónicos

Morales, E. (2018). *La posverdad y las noticias falsas: el uso ético de la información*.

http://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/L151