



Nombre de los/las autores/as – Author name Blanco Castilla, Elena y Fernández Torres, María Jesús
Institución de los/las autores/as – Institution's author Universidad de Málaga.
Correo electrónico de contacto – Email castilla@uma.es, mariajesusfernandez@uma.es

Título / Title (máximo 20 palabras – 20 words maximum)
Framing, desinformación y prensa deportiva en España

RESUMEN / ABSTRACT

Extensión entre 300 y 500 palabras (length 300-500 words)

La desinformación es un fenómeno que, aunque esté de plena actualidad, no es nuevo (Burnam, 1975; Galdón, 1994) y puede contemplarse desde muchas perspectivas y con interpretaciones diferentes. Para ello, es muy importante el framing, la forma de encuadrar este fenómeno dentro de los medios de comunicación. Tuchman (1978) concibe las noticias como un marco. Tankard (1991), por su parte, entiende el framing como un análisis del formato y del contenido, analizando diferentes elementos que componen una noticia y observando no solo lo que se muestra sino, por ende, lo que no se expone.

Esta investigación pretende identificar los encuadres mediáticos que están presentes en las noticias sobre desinformación publicadas en los dos diarios deportivos de mayor tirada en España, Marca y As, en su edición digital. El estudio trata de averiguar cómo informan dichos periódicos sobre desinformación, cuáles son las temáticas más frecuentes, quiénes son los protagonistas y qué papel tienen en la información. A su vez, trata de identificar el tipo de ataque (sexista, profesional, personal...), en el caso de que lo hubiera y los tipos de deporte implicados, al ser diarios especializados. Las fuentes también se estudian para conocer el tipo de atribución que reciben en la información sobre desinformación. Para ello se ha recurrido a la herramienta metodológica basada en el análisis de contenido aplicado a una muestra de piezas informativas, interpretando los datos mediante la estadística descriptiva. La muestra se conformó con todas las piezas informativas (reportajes, noticias, entrevistas...) publicadas en los medios seleccionados utilizando la base de datos hemerográfica "My News". La búsqueda se delimitó a un periodo de dos años, desde el 1 de enero de 2020 al 31 de diciembre de 2022. Los principales resultados y conclusiones muestran que las piezas predominantes son las noticias y las fuentes de atribución directa y de naturaleza oficial o experta. Del mismo modo, cabe señalar que, a pesar de ser diarios deportivos, las temáticas son diversas (política, desinformación...).



PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

(5 palabras clave separadas por punto y coma - 5 keywords separated by semicolons)
desinformación; framing; fake news; prensa deportiva; tratamiento informativo

PRESENTACIÓN / PRESENTATION

(En caso de ser aceptada, indicar como desearía presentar la comunicación / If accepted, please indicate how you would like to present the paper)

Presencial/In person **PRESENCIAL**

Online