

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

Tratamiento informativo de los digitales *As* y *Marca* sobre el videoarbitraje (VAR) en el fútbol profesional español

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Álvaro López Vicente

Directores

Prof. Dr. Rafael Carrasco Polaino

Prof. Dr. Pedro García-Alonso Montoya

Prof. Dr. José Bernardo San Juan

Madrid, 2021

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**Tratamiento informativo de los digitales *As* y *Marca* sobre el videoarbitraje (VAR)
en el fútbol profesional español**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR PRESENTADA POR

Álvaro López Vicente

DIRECTORES:

Prof. Dr. Rafael Carrasco Polaino

Prof. Dr. Pedro García-Alonso Montoya

Prof. Dr. José Bernardo San Juan

Madrid, 2021

A Andrea y a mi familia.

Por su apoyo incondicional.

ÍNDICE

ÍNDICE	5
ABSTRACT	9
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	13
Objeto de la investigación	15
Preguntas de investigación	19
Objetivos	21
Razones, interés e hipótesis de partida	23
Fuentes de la investigación	27
PRIMERA PARTE. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO	33
CAPÍTULO 1. EL DEPORTE EN LA SOCIEDAD	35
1.1 Trascendencia del deporte en la sociedad	37
1.2 Aproximación al concepto de “deporte”. La relación entre deporte y juego	39
1.3 Evolución del deporte lo largo de la historia	43
1.4 Los primeros estudios académicos sobre deporte. La sociología del deporte	49
CAPÍTULO 2. DEPORTE Y COMUNICACIÓN	53
2.1 El estudio del aspecto mediático del deporte. El periodismo deportivo	55
2.2 Características propias de la información especializada en deporte	63
2.3 Evolución de la prensa deportiva en España: nacimiento y expansión	67
2.4 El deporte como forma de control social en España	71
2.5 Características del diario <i>As</i> . Historia y evolución	73
2.6 Características del diario <i>Marca</i> . Historia y evolución	75
CAPÍTULO 3. DEPORTE Y TECNOLOGÍA	79
3.1 La tecnología en el deporte	81
3.2 Evolución histórica en el fútbol. Las normas e instituciones que lo regulan	89
3.3 Instituciones que regulan el fútbol a nivel internacional y nacional	93
3.4 La llegada del videoarbitraje al fútbol	97
3.5 Las dificultades en la aplicación del videoarbitraje	99
3.6 Consecuencias del VAR. La influencia de las repeticiones de vídeo en el fútbol: el <i>replay</i>	103

3.7 Casos de éxito de tecnología con revisiones de vídeo en otros deportes	107
3.8 El videoarbitraje en el baloncesto	109
3.9 Videoarbitraje en el tenis	111
3.10 Videoarbitraje en el pádel	113
3.11 El videoarbitraje en el rugby	115
3.12 El videoarbitraje en la NFL	117
SEGUNDA PARTE. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	119
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA	121
4.1 Metodología. El análisis de contenido y el cuestionario.	123
4.2 Análisis de contenido	125
4.3 El cuestionario y el autoinforme	135
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	139
5.1 Análisis descriptivo de los datos en ambos medios de comunicación	141
5.2 Análisis descriptivo del diario <i>As</i>	151
5.3 Análisis descriptivos del diario <i>Marca</i>	157
5.4 Diferencias entre los dos medios de comunicación en función de todas las variables contempladas en la investigación	163
CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE DATOS DEL CUESTIONARIO	173
6.1 Cuestionario destinado a periodistas de <i>As</i> y <i>Marca</i>	175
6.2 Tablas de frecuencias de <i>As</i> y <i>Marca</i>	175
6.3 Tablas de frecuencias de <i>As</i> según respuestas a cuestionario	193
6.4 Tablas de Frecuencias de <i>Marca</i> según las respuestas del cuestionario	201
6.5 Comparación y diferencias entre las respuestas al cuestionario de los periodistas de <i>As</i> y <i>Marca</i>	209
TERCERA PARTE. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	215
CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	217
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	235
GLOSARIO DE ABREVIATURAS	247

ÍNDICE DE TABLAS	251
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	253

ABSTRACT

This doctoral thesis investigates the informative treatment of video refereeing in Spanish professional soccer, due to its great impact and significance in this sport.

This dissertation statistically studies the information published by the online version of newspapers *As* and *Marca* that contains the word “videoarbitraje” and / or “VAR”, between November 27, 2018 and November 27, 2019. The main objective was to find out the differences between the information published on video refereeing or VAR of the two online newspapers under study. This period of analysis was chosen because it was during the 2018/2019 season when the video refereeing system was incorporated for the first time officially in the First Division of the Spanish Professional Soccer League (LFP).

As and *Marca* were selected as online newspapers specialized in sports information to carry out the comparative analysis, because they had the highest unique visitors in terms of sports information during the period under study (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación [AIMC], 2020: 64).

The content analysis methodology was applied and a statistical methodology was also used to identify significant differences between the two online newspapers analyzed. Contingency tables with Chi-square tests were used. A Likert-type questionnaire was also applied.

Key words: “communication”, “journalism”, “Video Assistant Referee”, “VAR”, “As”, “Marca”.

RESUMEN

Esta tesis doctoral investiga el tratamiento informativo del videoarbitraje en el fútbol profesional español, por su gran impacto y transcendencia en este deporte.

El trabajo estudia de forma estadística las informaciones publicadas por los digitales *As* y *Marca* que contienen la palabra “videoarbitraje” y/o “VAR”, durante el período cronológico comprendido entre el 27 de noviembre del 2018 y el 27 de noviembre del 2019. El objetivo principal que se persiguió fue el de averiguar las diferencias entre las publicaciones sobre videoarbitraje o VAR de los dos periódicos digitales estudiados. Se escogió ese período de análisis debido a que fue durante la temporada 2018/2019 cuando se incorporó el sistema de videoarbitraje por primera vez de forma oficial en la primera división de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) de España.

Se seleccionaron *As* y *Marca* como periódicos digitales especializados en información deportiva para llevar a cabo el análisis comparativo porque fueron los medios con mayores visitantes únicos en cuanto a información deportiva durante el periodo estudiado (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación [AIMC], 2020: 64).

Se aplicó la metodología de análisis de contenido y también se empleó una metodología estadística a la hora de identificar diferencias significativas entre los dos diarios digitales analizados. Se utilizaron tablas de contingencia con pruebas de Chi-cuadrado. También se aplicó un cuestionario de tipo Likert.

Palabras clave: “Comunicación”, “Periodismo”, “videoarbitraje”, “VAR”, “As”, “Marca”.

INTRODUCCIÓN

Objeto de la investigación

La presente tesis doctoral pretende abrir una línea de investigación sobre el tratamiento informativo del videoarbitraje en el fútbol profesional español por parte de dos medios de comunicación de información deportiva líderes en España: *As* y *Marca*. Este sistema de asistencia arbitral se designa también con el acrónimo inglés “VAR” (Video Assistant Referee) que se traduce al castellano como “árbitro asistente de vídeo”. La memoria de investigación se desarrollará analizando el objeto de estudio de forma científica desde el punto de vista informativo periodístico, siguiendo el planteamiento propio de las ciencias de la información.

El VAR se trata de un sistema de asistencia arbitral que emplea cámaras de vídeo. Estas cámaras transmiten imágenes las cuales se evalúan en una habitación por parte del “árbitro VAR”. Tras la comunicación del árbitro VAR con el árbitro de campo, este último tomará la decisión final sobre una acción determinada que ha acontecido en el terreno de juego. Hay una serie de casos en los que el VAR se aplica: goles, posibles penaltis, expulsiones por roja directa y equivocaciones al identificar jugadores. Como se verá más adelante, el videoarbitraje no es la única ayuda arbitral oficial que se ha introducido en el fútbol profesional a lo largo de su historia.

La introducción del VAR ha supuesto una de las mayores revoluciones del fútbol profesional. Algunos estudios han demostrado que las decisiones arbitrales pueden estar condicionadas por factores como el ruido del público, la presión social o el contexto que rodea a un determinado encuentro futbolístico (Boyko et al., 2007; Nevill et al., 2002; Lex et al., 2015).

La llegada del VAR ha sido paulatina en todas las competiciones. Han sido necesarios varios años de debate antes de dar el paso de aplicar de forma oficial este nuevo elemento sin que se rompiese el ritmo y la emoción de los partidos. Han surgido, asimismo, diversas

disputas en cuanto al modo en el que esta tecnología debería emplearse y dudas sobre sus posibles efectos secundarios.

Las mayores críticas han recaído sobre el posible aumento del número de interrupciones con la consiguiente pérdida del ritmo de juego en cada encuentro futbolístico. Algunos detractores del VAR creen que esta nueva herramienta eliminará la esencia natural del fútbol y que lo asemejará más a los deportes americanos en los que las repeticiones instantáneas reducen el riesgo de error al mínimo y eliminan cualquier tipo de duda (Armenteros et al., 2020: 27).

Los primeros estudios (Lago-Peñas et al., 2019) sobre la influencia del videoarbitraje en el fútbol se basaron en la Serie A italiana y la Bundesliga alemana, competiciones europeas que introdujeron el videoarbitraje de forma oficial durante la temporada 2017/2018.

Dichos estudios demostraron de forma estadística que la llegada del VAR, si bien no causó una modificación del juego en el fútbol de élite, sí que provocó un descenso en el número de fueros de juego, de faltas y de tarjetas amarillas. Asimismo, tras la llegada del videoarbitraje, hubo mayor número de minutos añadidos durante las primeras partes de los partidos y a lo largo del partido en su conjunto, pero no fue así en las segundas partes de los encuentros (Lago-Peñas et al., 2019: 6). Los investigadores, apuntaron en sus conclusiones principales que, aparentemente, el VAR no incrementaba el tiempo extra de juego añadido por los árbitros de forma sustancial.

Otras investigaciones (Han et al., 2020) abordaron la influencia de la llegada del VAR en la Chinese Super League (CSL), la máxima competición profesional de fútbol en la República Popular de China. Según estos estudios, la llegada del videoarbitraje en 2018 a la CSL provocó un descenso considerable en el número de fueros de juego y de faltas. Además, el tiempo de juego real de los partidos se vio incrementado y la ventaja del equipo local disminuyó ligeramente con respecto al equipo visitante (Han et al., 2020: 2).

Tanto los estudios de Han et al. (2020:5) en la CLS como los de Lago-Peñas et al. (2020: 5) en la Liga de Fútbol Profesional española (LFP) apuntan que el VAR no supuso un cambio dramático o notable en el juego del fútbol de élite.

El trabajo incluye un análisis de las piezas periodísticas publicadas por los diarios *As* y *Marca* que contienen las palabras “videoarbitraje” y/o “VAR”, durante el período

cronológico comprendido entre el 27 de noviembre del 2018 y el 27 de noviembre del 2019. Se buscó desde el primer momento investigar sobre la influencia del VAR en torno a la LFP.

La acotación temporal del presente trabajo guarda estrecha relación con el hecho de que fue en la temporada 2018/2019 cuando se estableció el videoarbitraje o VAR de forma oficial en la primera división de la LFP (Pérez, 2018). Una competición conocida comercialmente como La Liga y oficialmente como la Liga de Fútbol Profesional (LFP).

Se seleccionaron *As* y *Marca* como periódicos de información deportiva para establecer el análisis comparativo de publicaciones porque fueron los medios con mayores visitantes únicos en cuanto a información deportiva durante el periodo estudiado (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación [AIMC] 2020: 64).

La asistencia por vídeo al árbitro se aplicó en España por primera vez y de manera oficial durante la final de la competición de la Supercopa entre el Sevilla Fútbol Club y el Fútbol Club Barcelona. El encuentro deportivo tuvo lugar el 12 de agosto de 2018. Más de cuatro millones de telespectadores conectaron con Televisión Española (TVE) para visualizar dicho partido de fútbol.

Fue durante la temporada 2018/2019 cuando la LFP aprobó el uso de la tecnología VAR en la primera división de España —conocida como La Liga Santander por motivos de patrocinio— y oficialmente conocida como Campeonato Nacional de Liga de primera división. No hubo VAR en la segunda división —conocida como Liga SmartBank por motivos de patrocinio— hasta la siguiente temporada 2019/2020, por razones de logística.

Este nuevo sistema de tecnología de vídeo cambiaría de forma radical el desarrollo del fútbol en España. Dos años antes, se había ensayado con dicho sistema en diversos campos de fútbol de otras partes del mundo con resultados favorables.

Poco a poco, el VAR se fue instalando en la mayor parte de los países con las competiciones más importantes de este deporte hasta llegar al Mundial de fútbol de Rusia del año 2018 donde fue un factor decisivo para muchos partidos. La aceptación del videoarbitraje ha sido en parte polémica en la medida en que ha transformado un deporte que mueve más de 40.000 millones de dólares al año en el mundo (Deloitte, 2019: 8). Aunque se trata de un cambio muy reciente, los materiales y la abundancia de datos que

se poseen son de tal magnitud que ya se pueden realizar estudios sobre el mismo desde distintas perspectivas.

Las investigaciones llevadas a cabo hasta el momento en torno al objeto de estudio han perseguido conocer los cambios técnicos que el VAR ha provocado en el fútbol. Esto es: número de faltas, número de fueros de juego, etc. En el caso de esta tesis doctoral —y dentro del amplio espectro de las ciencias de la información— se ha buscado realizar un análisis del tratamiento informativo que, en torno al VAR, han ofrecido los medios de información deportiva líderes en España.

El análisis, según se comentará en detenimiento más adelante, se llevó a cabo de forma estadística. La propia naturaleza híbrida del objeto de estudio hace que a lo largo del trabajo se aborden otras disciplinas más allá de las ciencias de la información como la sociología, la psicología y las ciencias de la actividad física y del deporte.

Durante la investigación, se han usado indistintamente diversos términos que hacen una aproximación al mismo objeto. Entre estos figuran expresiones como “videoarbitraje”, “árbitro asistente de vídeo”, “asistencia por vídeo al árbitro”, “árbitro auxiliar de vídeo”, “el ojo que todo lo ve”, “el gran hermano el fútbol”, “jueces de vídeo”, “videoárbitro”, “várbitro” o “varman”. La forma que se considera más útil y abreviada para ser utilizada a lo largo del trabajo ha sido “VAR”, por ser la fórmula más clara, concisa, y simple de emplear.

Este estudio puede ser de utilidad para futuras líneas de investigación sobre tratamiento informativo de fenómenos de interés público, así como para posteriores implantaciones tecnológicas en el fútbol profesional. Del mismo modo, se pretende que la investigación pueda resultar de utilidad para futuros cambios de determinadas reglas en cualquier otro deporte. Con todo, el desarrollo del estudio se ha contemplado desde el punto de vista del tratamiento informativo digital por parte de los medios de comunicación incluidos en este trabajo.

Preguntas de investigación

Una vez contextualizado el objeto de estudio, se pueden establecer las siguientes preguntas de investigación:

- ¿En qué medida aparecen informaciones en los digitales *As* y *Marca* con relación al videoarbitraje o VAR?
- ¿Qué características presentan este tipo de informaciones en cuanto al tratamiento que hacen de ellas *As* y *Marca*?
- ¿Existen diferencias estadísticamente significativas entre los dos medios digitales analizados, *As* y *Marca*? ¿Tienen un sesgo positivo o negativo respecto al VAR?
- ¿Se corresponde la percepción de los periodistas de *As* y *Marca* sobre las informaciones en torno al VAR publicadas en su medio con la realidad?
- ¿Hay diferencias entre las percepciones de los periodistas de *As* y *Marca* sobre las características de las informaciones sobre el VAR publicadas en sus medios?
- ¿Cuál es la posible causa de que haya diferencias entre las publicaciones de los dos periódicos?
- ¿Qué otros factores han influido a la hora de que una publicación tenga ciertas características a la hora informar sobre videoarbitraje en el fútbol profesional español?

Objetivos

Las preguntas de investigación llevaron a establecer los siguientes objetivos específicos:

- Medir la presencia de piezas periodísticas sobre videoarbitraje o VAR en el fútbol profesional español en los digitales *As* y *Marca*. Se analizaron las posibles diferencias estadísticamente significativas entre las publicaciones de los dos medios objeto de estudio.
- Analizar las características generales de los contenidos publicados en ambos medios en relación con distintas variables contempladas como: la sección que ocupan dichos contenidos en cada diario, el género periodístico al que pertenecen, el sentimiento que manifiestan en torno al VAR o la extensión que albergan en cuanto al número de palabras.
- Comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas entre todas las variables contempladas en la investigación.
- Descubrir qué percepciones tienen los periodistas de *As* y *Marca* respecto a las publicaciones sobre el VAR de sus medios. Comprobar si estas percepciones se ajustan a la realidad estudiada.
- Buscar la causa y los factores por los cuales cada uno de los medios de comunicación se ha decantado por un tipo de características concretas en sus publicaciones. Buscar qué otras causas han influido en la configuración de dichas piezas periodísticas en ambos medios estudiados.

Razones, interés e hipótesis de partida

El videoarbitraje se ha considerado un sistema de asistencia arbitral cuya misión fundamental consiste en dar soporte al colegiado principal para evitar así posibles errores humanos que resulten clamorosos y que condicionen el rumbo o el resultado del juego. Con ello, se ha detectado una demanda y una oferta informativa en torno a este nuevo “agente” que inevitablemente influye en el desarrollo de los encuentros futbolísticos.

Esta investigación ha querido hacer una aproximación a la opinión de los expertos en información y opinión deportiva, tras la aplicación de una nueva regla que ha implicado a múltiples agentes relacionados con el fútbol profesional. Se parte de la base de que el deporte constituye un fenómeno que puede ser abordado desde numerosas perspectivas y que está en conexión con múltiples materias.

La aplicación de un cambio en las reglas de un deporte de tanta trascendencia para la sociedad española, como es el fútbol, inevitablemente ha repercutido en el interés de los aficionados, así como en los consumidores de información deportiva. En este caso, el investigador ha abordado el fenómeno del tratamiento de la información sobre la implantación del videoarbitraje en el fútbol profesional, a la luz de las publicaciones de los digitales *As* y *Marca*. Por lo tanto, las cuestiones tratadas albergan elementos que van desde la sociología, el periodismo deportivo y la tecnología del deporte.

Los profesionales de la información y la opinión pública tuvieron que llevar a cabo una labor de entendimiento y estudio de esta tecnología novedosa. De esta manera, pudieron posteriormente explicar el funcionamiento y las repercusiones para el desarrollo del juego a los aficionados y a los consumidores de información deportiva.

Un importante debate ha estado sobre la mesa desde el inicio ya que la llegada del “gran hermano del fútbol” como nuevo elemento ha tenido detractores de todas las esferas: jugadores, entrenadores, periodistas o autoridades de diversos tipos.

Esta investigación se caracteriza por ser descriptiva, analítica y experimental. A través de las fichas de contenido, elaboradas durante la etapa de recolección documental, se ha obtenido un descriptivo de las piezas informativas publicadas sobre videoarbitraje. Este hecho ha permitido realizar un análisis estadístico y llevar a cabo pruebas experimentales. De estas pruebas se han sustraído conclusiones en función de los resultados obtenidos en la fase analítica.

En *As* y *Marc*a se publicaron concretamente 4.756 textos periodísticos de información y opinión en formato digital que incluyeron las palabras “VAR” o “videoarbitraje” durante el período delimitado para la investigación. Esto es, desde el 27 de noviembre del 2018 hasta el 27 de noviembre de 2019. Estas piezas periodísticas otorgaron pistas sobre la existencia de ciertas variables correlacionadas como fueron el género periodístico, la sección que ocuparon dentro del medio de comunicación o el tipo de autor responsable de cada publicación sobre la materia en cuestión.

Una vez separados los dos grupos de publicaciones en función del diario donde fueron divulgadas, la primera pregunta que habría que plantearse es si dichas piezas manifestaron algún tipo de diferencia en función del medio donde fueron difundidas. Además, cabe estudiar las causas de las diferencias entre las mismas.

Otra de las variables analizadas durante la investigación fue el sentimiento de las piezas informativas y de opinión en relación con el videoarbitraje. De esta manera, se abordó tanto la proporción de publicaciones de sentimiento positivo, como aquellas que manifestaron un sentimiento negativo o incluso neutro respecto al VAR. Las conclusiones se presentarán de forma gráfica y detallada a lo largo del presente trabajo.

El hecho de que se haya producido un gran volumen de informaciones y opiniones periodísticas en torno al VAR es una de las razones por las que se ha querido iniciar un estudio académico que aborde este fenómeno. Se ha querido indagar si la aplicación de esta nueva tecnología se ha aceptado de forma “positiva”, “negativa”, “neutra” por parte de los periodistas encargados de elaborar informaciones y opiniones en torno a la misma.

El 22 de noviembre del 2018 en la Ciudad del Fútbol de Las Rozas, el Comité Técnico de Árbitros (CTA) llevó a cabo una rueda de prensa tras el primer tercio de la temporada de liga de fútbol 2018/2019 (Real Federación Española de Fútbol, 2018, 0m50s).

En dicha rueda de prensa, Manuel Velasco Carballo, presidente del CTA, hizo un análisis de las actuaciones arbitrales en aras de llevar a cabo una búsqueda de aspectos de mejora de las mismas (Real Federación Española de Fútbol, 2018, 1m30s).

Durante su exposición, Carlos Clos Gómez, responsable del Proyecto VAR en España, explicó que hubo 41 intervenciones o revisiones durante los 120 partidos (12 jornadas) que se habían producido hasta la fecha. Se revisaron 22 goles, 14 penaltis, cuatro tarjetas rojas y una confusión de identidad. De las 41 revisiones, indicaron que 15 fueron revisadas por el árbitro a pie de campo y 26 fueron recomendadas por el árbitro VAR.

En definitiva, desde el CTA se concluyó que, tras el primer tercio de la temporada de la liga de fútbol 2018/2019, la aplicación del VAR había sido beneficiosa. Para fortalecer dicha afirmación se ofrecieron una serie de datos estadísticos.

La hipótesis de partida que defiende este estudio es que sí existen diferencias estadísticamente significativas entre las informaciones publicadas por los periódicos *As* y *Marca* sobre el videoarbitraje o VAR.

En el transcurso de sus páginas, el presente trabajo pretenderá esclarecer los planteamientos de la hipótesis formulada, a través de un análisis estadístico descriptivo e inferencial.

Asimismo, se recurrió a los testimonios de periodistas deportivos de reputada experiencia y consideración. Las declaraciones de estos profesionales sirvieron para esclarecer la percepción sobre las informaciones publicadas en torno al videoarbitraje en el fútbol profesional español en estos dos medios en su versión digital.

La investigación incluye un cuestionario repartido entre periodistas en activo de *As* y *Marca* que tuvo la finalidad de averiguar cuáles fueron las opiniones sobre las características de las informaciones y opiniones sobre videoarbitraje publicadas en los medios en los cuales trabajan. Se empleó la escala de Likert como método de investigación para evaluar la opinión y actitud de los profesionales consultados.

Fuentes de la investigación

Para la redacción de la tesis doctoral, el primer reto ha consistido en acumular la mayor cantidad de información disponible, tanto en formato físico como electrónico. Se ha acudido a fuentes bibliográficas de diversa índole.

Hay que recordar que la aplicación del videoarbitraje como concepto es un fenómeno relativamente reciente en la historia del fútbol, aunque menos novedoso en otros deportes. Por este motivo, se ha querido hacer una aproximación a los acontecimientos que han precedido la aplicación oficial del arbitraje y su evolución en varias competiciones deportivas tanto dentro como fuera del territorio español. De esta manera, se ha pretendido explicar el hecho con suficiente perspectiva.

Se han consultado estudios y artículos científicos sobre la importancia del fútbol y de su papel integrador y de identidad social, así como documentos sobre la evolución del arbitraje a lo largo de los años, en los ámbitos sociológico, antropológico, económico, deportivo e incluso fisiológico. Además, se ha profundizado en las diversas investigaciones llevadas a cabo hasta la fecha sobre el impacto que han generado ciertas informaciones periodísticas en la opinión pública.

Las diferentes fuentes se han clasificado en cinco bloques de información que se han establecido de la siguiente manera:

- Fuentes sobre historia y teoría del fútbol. Existe un gran repertorio de publicaciones consultables que han tratado la historia y evolución del deporte como elemento de trascendencia en la sociedad. Muchas de ellas han abordado el fútbol como deporte de masas, así como su impacto económico y social. Gran parte de los documentos consultados para establecer el marco teórico de la investigación se encuentran escritos en lengua inglesa, aunque también el autor ha podido consultar obras en castellano, que han elaborado investigadores españoles sobre la materia que se aborda. Cabe recordar aquí que, en España, la instauración de la sociología del deporte se produjo con retraso

respecto al resto de países europeos (González, 2004: 33). Además, el fenómeno de la aplicación del vídeo como sistema de apoyo arbitral en el fútbol profesional se caracteriza por ser relativamente reciente. De ahí que no exista una gran abundancia de bibliografía específica en torno a las reacciones que ha provocado el análisis de este fenómeno debido al corto espacio de tiempo que ha transcurrido desde su aplicación oficial.

- Hemeroteca. Más allá de las 4.756 piezas informativas de los diarios *As* y *Marca* que constituyen el corpus de la investigación, ha sido imprescindible acceder a distintas noticias periodísticas publicadas sobre videoarbitraje en los medios de comunicación españoles y extranjeros. No hay que olvidar que antes de la implantación oficial del VAR hubo defensores y detractores del nuevo sistema. La expectación y consideración sobre la aplicación de esta nueva tecnología en el un deporte de tanta trascendencia, generó gran cantidad de producción informativa. Para comprender el fenómeno estudiado, se han consultado tanto informaciones como opiniones y crónicas de diversos medios.

- Estudios/Monografías/Tesis. El investigador ha tenido acceso a una amplia gama de tesis doctorales defendidas las cuales han tratado el tema del deporte en general, así como el arbitraje en el deporte e incluso, más específicamente, el impacto del fútbol en la sociedad. Muchas de las tesis doctorales están enmarcadas en ramas y disciplinas científicas próximas a la sociología, las ciencias de la actividad física y del deporte y la psicología. Además, se han consultado otras investigaciones que abordan temas muy cercanos, como son el espectáculo y la comunicación televisiva o la integración de la tecnología en el deporte. También se han repasado obras que han llevado a cabo análisis de informaciones periodísticas pues albergan las claves sobre cómo ejecutar un análisis de contenido de manera estadística y científica.

- Material Audiovisual. Internet ha supuesto una pieza clave para el desarrollo documental de esta tesis doctoral. Más allá del corpus de noticias, el investigador ha tenido acceso a una ingente cantidad de reportajes, cortes de radio, vídeos y entrevistas relativas a las opiniones vertidas en torno a la implantación del videoarbitraje, tanto en España como a nivel internacional. El análisis minucioso de contenido audiovisual de cada pieza informativa ha sido primordial para comprender el tratamiento informativo por parte de los medios de comunicación abordados.

- Testimoniales. Para poder reforzar la investigación se ha contado con el testimonio de perfiles especializados en periodismo deportivo que han aportado su visión sobre el

tratamiento informativo en torno al VAR. Estos testimonios han sido de gran utilidad para entender el fenómeno estudiado con perspectiva profesional, para así poder comprender cómo se han originado las posiciones de los expertos respecto al apoyo o al desacuerdo en torno al nuevo sistema de asistencia al arbitraje. Se ha indagado sobre si esta percepción fue favorable, desfavorable o neutra. El estudio sobre el tipo de sentimiento que los periodistas percibieron en referencia a las informaciones publicadas en su medio de trabajo fue una variable trascendental para entender otros aspectos de la investigación.

PRIMERA PARTE. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1. EL DEPORTE EN LA SOCIEDAD

1.1 Trascendencia del deporte en la sociedad

La trascendencia que el deporte ha tenido en Europa desde el comienzo del siglo XIX aún está por escribirse. Desde su aparición hasta su presencia en la actualidad, ha pasado de ser una práctica marginal a una de las opciones preferidas de ocio por parte de los ciudadanos. Los medios de comunicación han sido testigos del grado de importancia que ha ocupado el deporte en la sociedad.

A lo largo de esta tesis doctoral, se han analizado diversas facetas del deporte y se ha tenido en cuenta su influencia sobre las mentalidades y las conductas de los ciudadanos. Esta influencia puede analizarse desde múltiples perspectivas: sociológicas, económicas, psicológicas o desde las ciencias de la información. En este sentido, Campos señala:

El deporte se ha convertido en la sociedad actual en un fenómeno de una importancia inmensa, ocupando gran cantidad de tiempo libre o de ocio de las personas, y teniendo una gran importancia económica para los ciudadanos, las ciudades, los países y las empresas. El deporte tiene una gran cantidad de beneficios para las personas, no sólo físicos, sino también sociales y psicológicos [...]. A nivel social, mejora los aspectos como las relaciones con los demás, la sensación de pertenecer a equipos o grupos, o a la cooperación. (Campos, 2017: 41)

En esta misma línea, siendo este un hecho que se tratará en posteriores apartados, cabe resaltar que la evolución del arbitraje a lo largo de los años ha estado ligada inevitablemente al desarrollo del deporte desde su perspectiva mediática. Tras hacer un análisis profundo de los cambios del deporte y del arbitraje, se comprenderá el fenómeno sobre el que se centra la presente investigación: la llegada oficial del videoarbitraje a la liga de fútbol profesional española y su reflejo en los medios de información deportiva líderes en España.

Hasta que el deporte no emprendió grandes proyectos como las ligas profesionales o los Juegos Olímpicos, perteneció a minorías sociales, fundamentalmente a la burguesía (Riera, 2003: 38).

A continuación, como fenómeno social, el deporte se difundió desde los inicios de la Revolución Industrial en la Inglaterra del siglo XVIII al resto de las sociedades europeas y a otros países industrializados. Posteriormente, se extendió durante el siglo XX a prácticamente todos los países del mundo. El sistema social del deporte se convirtió en una parte constitutiva y definitoria del nuevo tejido de las sociedades contemporáneas. Riera señala:

Hoy vivimos y convivimos en un entorno “deportivizado”, donde nos relacionamos con él de forma directa o indirecta. Y la información deportiva que recibimos, principalmente la transmitida por los medios de comunicación de masas, es la que configura, sin duda, modelos sociales a imitar. (Riera, 2003:38)

El deporte se expandió y se popularizó hasta formar parte de la vida cotidiana de la sociedad en base a varios factores como el aumento del tiempo libre, la presión ejercida por las organizaciones deportivas y la difusión del deporte por parte de los medios de comunicación tanto generales como especializados (Riera, 2003:38). Sánchez indica:

El deporte profesional, entendido como espectáculo, es una actividad que actualmente está acaparando una proporción cada vez mayor del tiempo de ocio de los ciudadanos y que, al mismo tiempo, mueve ingentes sumas de dinero a lo largo y ancho de todo el mundo. Si se consideran conjuntamente los aspectos profesionales y recreativos, el deporte constituye un sector de tamaño relevante. (Sánchez, 2003: 3-4)

Cabe señalar que la evolución del deporte como una actividad de masas ha exigido una especialización de contenidos informativos cada vez mayor debido a su progresivo alcance y demanda social. En un epígrafe posterior se abordará en profundidad la relación existente entre deporte y medios de comunicación siendo esta correspondencia una de las claves de la tesis doctoral.

1.2 Aproximación al concepto de “deporte”. La relación entre deporte y juego

El concepto y el término “deporte” ha sufrido una variación en su significado a lo largo de la historia. Se puede decir, en rasgos generales, que “el deporte es el reflejo de la sociedad en que este tiene lugar” (González, 2004: 53). Betancor y Vilanou, explican:

Los griegos, a los que convenimos en reconocer como creadores del deporte, desconocieron el empleo de la palabra "deporte". Utilizaban el término gimnasia para designar aquellos ejercicios destinados a la atención del cuerpo humano. (Betancor y Vilanou, 1995: 24)

Para muchos antropólogos e historiadores, el deporte como concepto surge como una consecuencia de los juegos (Betancor y Vilanou, 1995: 21). Existe, por lo tanto, una relación entre “deporte” y “juego” pues ambos conceptos conforman dimensiones aparentemente semejantes.

Desde un punto de vista histórico, el juego ejercía una gran influencia sobre el deporte, circunstancia que se vio modificada tras la Revolución Industrial. A partir de ese período, la influencia mutua entre ambos conceptos se invierte y el deporte comienza a influir directamente en el juego. González Ramallal explica:

El deporte, según el caso, se aproxima o se aleja de lo que entendemos por juego. Así el deporte puede considerarse, entre muchas otras cosas, desde una actividad física con trasfondo ritual o educativo hasta una acción propagandística institucionalizada. En todo caso, el deporte, más que el juego, parece relacionarse con una amplia gama de fenómenos sociales, circunstancia que incrementa la complejidad no sólo conceptual, sino también clasificatoria del deporte [...]. Se aboga en primera instancia por una definición inclusiva del deporte, como la que apunta García Ferrando (1990), esto es, actividad física e intelectual humana, de naturaleza competitiva, y gobernada por reglas institucionalizadas. (González, 2004: 50).

El juego se caracteriza como una actividad humana la cual se ha practicado en diversas épocas y que ha acompañado siempre al hombre. A través de los juegos, el hombre pudo experimentar la realidad del entorno que le rodeaba. En este sentido, un individuo se prepara para la vida ensayando papeles que desarrollará cuando alcance la etapa adulta (Paredes, 2003: 41).

Algunos autores defienden la idea de que las especies mejor dotadas son aquellas cuya época de juego es más duradera que la de otros animales. Paredes (2003: 28) señala que “en la escala evolutiva se observa que [el juego] en el hombre se manifiesta con máxima intensidad; en los vertebrados aparece en la infancia y en las especies simples no existe”.

González Ramarall insiste en la idea de que el deporte surge, en primera instancia, del juego. En este punto, resulta preciso mencionar al historiador holandés Huizinga el cual recuerda la importancia del juego como fenómeno cultural e inseparable del ser humano (Huizinga, 1972).

Huizinga considera que el término *homo sapiens*, “el hombre sabio”, es insuficiente para denominar nuestra especie. Surgen entonces otros conceptos como *homo faber*, “el hombre que fabrica”, y *homo ludens*, “el hombre que juega”. Juego y deporte están relacionados, aunque es “a partir de la Revolución Industrial cuando el deporte se convierte en el indiscutible protagonista en detrimento del juego” (González, 2004: 53).

Otro autor, Roger Caillois, amplía las aportaciones del historiador Huizinga reconociéndole el mérito de haber señalado la transcendencia que el juego ha tenido a lo largo de la historia del hombre. Caillois indica que los juegos disciplinan los instintos ya que suponen, por un lado, un espacio para el placer y, por otro, un acatamiento de una serie de restricciones. En su obra *Los juegos y los hombres*, Caillois señala:

Los juegos de competencia desembocan en los deportes; los juegos de imitación y de ilusión prefiguran los actos del espectáculo. Los juegos de azar y de combinación han dado origen a numerosos desarrollos de las matemáticas [...]. Es claro: el panorama de la fecundidad cultural de los juegos no deja de ser impresionante. Su contribución en el nivel del individuo no es menor [...]. Cada juego refuerza y agudiza determinada capacidad física o intelectual. (Caillois, 1986: 17)

Los estudios de Caillois aportan una recopilación de las características esenciales de los juegos y establecen una clasificación sistemática de los mismos. La esencia del juego radica para Caillois en una actividad libre, típicamente humana y reglamentada.

Una vez que se ha establecido la primera aproximación hacia el concepto de deporte y su relación con el juego, resulta conveniente explicar la evolución del deporte a lo largo de los diferentes periodos históricos, una cuestión que se trata en el siguiente epígrafe.

1.3 Evolución del deporte lo largo de la historia

Resulta evidente que, desde su existencia, el ser humano ha llevado a cabo una actividad motora, al igual que muchos miembros del reino animal. A la hora de estudiar el inicio del deporte se puede considerar como predecesoras aquellas actividades físicas presentes en la mayoría de las culturas conocidas (Betancor y Vilanou, 1995: 15).

El deporte ha evolucionado en las distintas sociedades humanas a lo largo del tiempo. Para explicar dicho progreso se ha querido distinguir cuatro etapas. Estas son: los orígenes remotos del deporte, el deporte en Grecia, el deporte en la Edad Media y el deporte que surgió en el contexto de la Revolución Industrial, así como en los años posteriores a la misma (González, 2004: 55). A continuación, se explican cada una de estas cuatro etapas:

- Los orígenes remotos del deporte.

Resulta difícil encontrar un momento histórico que marque el punto de partida de la actividad deportiva. Los conocimientos que se poseen en torno al origen de la práctica deportiva a través de los restos arqueológicos y afirmaciones por parte de los antropólogos e historiadores apuntan hacia la idea de comportamientos lúdicos y competitivos en los pueblos antiguos: “el origen del deporte se vincula tradicionalmente a los ritos y ceremonias religiosas de los pueblos primitivos, donde la danza y el teatro constituían una parte esencial de las mismas” (González, 2004: 55).

Otra de las explicaciones del surgimiento de los ejercicios físicos y deportivos por parte de los seres humanos radicó en su necesidad de adquirir alimentos. La caza y el hecho de enfrentarse a los enemigos favoreció la necesidad de dicha actividad deportiva. El concepto de deporte, por lo tanto, contenía una dimensión utilitaria, era un entrenamiento para cazar y para la guerra.

La revolución neolítica supuso un gran cambio que afectó a las costumbres de la raza humana. Los cazadores nómadas evolucionaron hasta agricultores sedentarios. Betancor y Vilanou señalan:

En el marco de esta vida tribal surgen las primeras competiciones deportivas -juegos y danzas- que acaban por convertirse en centros aglutinadores de la vida social. Según esta interpretación, en este ambiente nacerían casi todos los juegos de pelota. (Betancor y Vilanou, 1995: 37-38)

A medida que surgieron sociedades más complejas, el deporte comenzó a institucionalizarse en el marco de las sociedades militares y aristocráticas. En este sentido, en las civilizaciones sumerias, persas y egipcias se practicaron deportes cuyo fin estaba encaminado al mantenimiento de la forma física de las clases guerreras y aristocráticas dominantes. La forma física suponía una impresionante manifestación simbólica de poder (González, 2004: 56).

- El deporte en la Grecia Antigua

Con el surgimiento de las ciudades-estado, comenzaron a producirse nuevas manifestaciones deportivas en torno a un nuevo escenario político, religioso y económico. En Grecia surgieron los llamados “Juegos Olímpicos Antiguos” que tuvieron lugar desde el año 776 a. C. hasta el 394 de nuestra era (González, 2004: 57).

Estos juegos deportivos constituyeron un auténtico fenómeno social. Durante los cinco días que generalmente duraban, se creaba una atmósfera de carácter profano a la que se sumaban ritos y celebraciones de índole religiosa. Los elementos lúdicos se juntaban con los sagrados y profanos generando “una unidad con sentido propio” (González, 2004: 58).

González Ramallal, en sus estudios sobre la sociedad y el deporte, señala:

El vencedor en una prueba olímpica, además de adquirir para sí y para su ciudad gloria y honores (solía inmortalizarse en una estatua), era presagio de buena fortuna. Pero también obtenía recompensas de tipo material en forma de dinero, pensión vitalicia, exención de impuestos, jarras de aceite o yuntas de bueyes. Los premios y recompensas materiales no estaban previamente fijados y se concedían a posteriori, de acuerdo a la significación que hubiese alcanzado un determinado atleta. De hecho, el premio establecido por vencer en los Juegos Olímpicos consistía en otorgar al triunfador una corona de ramas de olivo. (González, 2004: 59).

Se tiene constancia de que en estos años apenas existieron atletas especializados en un sólo deporte ya que “la finalidad que tenía la actividad física era la de complementar las cualidades morales del individuo de cara a formar ciudadanos libres al servicio del estado” (González, 2004: 60).

Autores como Bernard Gillet (1971) sostienen que la “edad de oro del deporte” se dio durante la Grecia Clásica. Lo cierto es que, durante este periodo, también se encontraron comportamientos entre determinados participantes y espectadores poco agraciados. En este sentido, se tiene constancia de sobornos a jueces y árbitros o de diversas trampas llevadas a cabo por los propios participantes para conseguir gloria y fama.

González Ramarall (2004: 60) indica que el verdadero espíritu deportivo, en el sentido de constituir una actividad lúdica y desinteresada, se fue “degradado paulatinamente con el paso del tiempo, hasta llegar a convertirse en el espectáculo circense de los festivales públicos romanos, que poco tenían que ver con el deporte”.

- El deporte en la Edad Media

A lo largo la Edad Media el deporte se modernizó. Durante este período de la historia, comprendido entre el siglo V hasta la mitad del siglo XV, se produjeron grandes cambios económicos, políticos y culturales. Las ciudades comenzaron a crecer, el comercio se vio incrementado y la estructura social sufrió variaciones transcendentales.

La práctica del deporte, que era privilegio de algunos pocos ciudadanos, se expandió en el Medievo hacia una mayor parte de la población. Bien es cierto que se apreciaban diferencias evidentes entre las actividades físicas practicadas por las clases aristocráticas y aquellas llevadas a cabo por el pueblo llano (González, 2004: 61). En este sentido, González indica:

El deporte caballeresco, propio de la oligarquía dominante encontrará en la caza, los torneos, las justas y los duelos, un sustitutivo de la guerra, al tiempo que les resulta una actividad gratificante desarrollada al aire libre; mientras, los campesinos demuestran una gran afición hacia los juegos de pelota. (González, 2004: 61-62)

Entre los deportes no vinculados al entrenamiento militar, destacaron dos juegos de pelota. Por un lado, estaba “la paume” o “la palma”, practicado por las clases aristocráticas de Francia y que posiblemente fue el origen del frontón y el tenis moderno. Este juego tuvo sus propias reglas y fue popular: solamente en París se construyeron 250

pistas y unas 7.000 personas vivía directa o indirectamente de la práctica de este deporte (González, 2004: 64).

Por otro lado, nació un juego conocido como “la soule”, un deporte tradicional del pueblo y considerado como el predecesor del fútbol y el rugby de la actualidad. “La soule” se caracterizaba por su espontaneidad y laxa reglamentación. El objetivo de este deporte era el de llevar una pelota hasta el terreno del rival haciéndolo pasar generalmente por unos postes, todo ello en un contexto lúdico-festivo (González, 2004: 64).

- El deporte tras la Revolución Industrial

La Revolución Industrial se inició durante la segunda mitad del siglo XVIII en Gran Bretaña. Supuso un proceso de transformación económica, social y tecnológica que se extendió por gran parte de Europa Occidental y América Anglosajona. Durante este período se produjeron las mayores innovaciones tecnológicas y sociales de la historia de la humanidad.

En esta etapa histórica, el deporte comenzó a ser tratado por los intelectuales europeos. Se produjo una “intelectualización del deporte” (González, 2004: 64) que consistió en el desarrollo de una pedagogía que aunó lo físico (el cuerpo) con lo espiritual (el alma). Los intelectuales comenzaron a recomendar la práctica de actividades físicas consideradas como saludables como por ejemplo la natación o el atletismo. Esta recomendación instauró las bases para la configuración del deporte tal y como lo conocemos y entendemos en la época moderna.

La población empezó a llevar a cabo nuevos hábitos. En las Islas Británicas se promovieron competiciones deportivas reglamentadas y es precisamente en este lugar donde nació el deporte tal y como lo concebimos en la actualidad.

Algunos de ejemplos de los deportes que se desarrollaron fueron las carreras de caballos, el boxeo, el críquet, el rugby y el fútbol. Además, estas actividades estaban sujetas a normas y gozaban de características modernas: arbitraje, entrenamiento continuado, profesionalismo, etc.

Una de las peculiaridades de este deporte moderno fue su menor grado de violencia física en comparación con los otros deportes de la antigüedad. Los individuos estaban educados en base a unas normas y pautas de autocontrol para dejar de lado sus actitudes violentas.

La educación comenzó a tener un papel protagonista dentro del contexto deportivo (González, 2004: 68).

El deporte moderno se extendió como fenómeno social a partir del patrón inglés por todos los colegios y universidades británicas. “La codificación, estandarización y homologación de los reglamentos deportivos ha sido uno de los hitos más trascendentes en la universalización e institucionalización del deporte contemporáneo” (González, 2004: 69). La nueva concepción del deporte llegó a Estados Unidos donde se expandió rápidamente y se adaptó al contexto sociocultural americano.

Pierre Fredy Coubertin, más conocido como “el barón de Coubertin” fue uno de los responsables más destacados de la internacionalización y universalización del deporte moderno a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Este pedagogo e historiador francés fue el fundador de los Juegos Olímpicos modernos. Buscó la perfección espiritual por medio del deporte y la higiene (González, 2004: 47).

El barón de Coubertin hizo una aproximación al significado del deporte y lo consideró como una actividad física encaminada a la superación y el progreso en la que el riesgo puede estar presente. Asimismo, lo contempló como un lugar de encuentro para la juventud, que fomentaba el espíritu cooperativo y que servía como antídoto ante el conflicto. Coubertin explica que “el deporte es una fuente de eventual de perfeccionismo interior, no condicionado por la ocupación laboral. Es patrimonio de todos por igual, y su ausencia no puede substituirse por nada” (Coubertin, 1931: 232).

El I Congreso Olímpico se celebró en Soborna (Francia) en 1849 y fue el lugar donde se creó el Comité Olímpico Internacional (COI), esto es, el organismo encargado de instaurar los primeros Juegos Olímpicos modernos. El deporte se reivindicó como un hecho social universal que alcanzará todos los ámbitos. Por otro lado, autores como Velázquez Buendía (2016) aseguran que “[...] más que un medio de mejora y bienestar personal y social, el deporte se ha venido configurando como un instrumento al servicio de tales fuerzas políticas y económicas”.

1.4 Los primeros estudios académicos sobre deporte. La sociología del deporte

Como se ha explicado en el epígrafe anterior, el concepto de deporte evolucionó a lo largo de la historia en función de las sociedades donde tuvo lugar. En cuanto a su estudio, se consideró en un primer momento como prioritaria su dimensión fisiológica e higiénica. Por este motivo, fue tratado en primer lugar por disciplinas científicas como la medicina o la biología.

Posteriormente, surgió el estudio académico del deporte por parte de la sociología. El estudio de las interacciones sociales en torno al deporte tiene gran trascendencia dentro del marco teórico de esta tesis doctoral. Rojas (2018) hace hincapié en este carácter social:

[...] el deporte se comporta como una manifestación de la cultura de masas, abarca ingredientes sociológicos, su evolución se explica a partir de la interrelación con corrientes artísticas y literarias y que sólo se puede comprenderse de forma plena dentro del contexto político de cada época. Se trata, por tanto, de un terreno transversal, para el que ni siquiera existen criterios claros ni uniformes a la hora de delimitarlo conceptualmente (ni diccionarios ni enciclopedias se ponen de acuerdo; partiendo de su sentido original de ‘ocio’, ‘recreación’ o ‘pasatiempo’, la palabra ‘deporte’ ha evolucionado hasta adquirir actualmente significados diversos como ‘juego’, ‘arte’, ‘práctica’, ‘actividad’ o ‘ejercicio físico’); y de una actividad de carácter universal que tiene una enorme incidencia en la conformación de las mentalidades y conductas de los ciudadanos. (Rojas, 2018)

La relación entre “pensamiento social” y “deporte” es reciente puesto que la sociología es una disciplina científica novedosa cuyo origen se remonta a mediados del siglo XIX. Fue a partir del siglo XX cuando los sociólogos entendieron que el deporte debía ser observado como una actividad humana lo suficientemente importante como para merecer la atención plena de las ciencias sociales.

Aunque algunos autores como Günter Lüschen (1979) sostienen que pensadores clásicos de la sociología como Weber y Spencer fueron los precursores de los estudios sobre deporte, existe un consenso posterior según el cual las referencias de los autores clásicos son marginales y, por tanto, habría que esperar algunos años a que estos estudios fuesen abordados en profundidad.

Lüschen señala tres obras significativas que podrían considerarse como antecedentes o primeras fuentes de la moderna sociología del deporte: *Sociología de los deportes*, de Heinz Risse, publicada en 1921, *Teoría de la clase ociosa*, de Thorstein Veblen, publicada en 1899 y, sobre todo, el libro *Homo ludens*, de Johan Huizinga, publicado en 1938 al que ya se ha hecho referencia (Epígrafe 1.1). Asimismo, se considera la obra *Los Juegos de los hombres*, de Roger Callois, de vital importancia para entender el estudio del deporte por parte de la sociología. En esta última obra, el autor explica, a su entender, cuáles son los orígenes del juego.

Tras la Segunda Guerra Mundial, en 1939, la sociología sufrió un gran desarrollo como ciencia y reivindicó el deporte como objeto de investigación. Surgieron nuevos jóvenes científicos interesados en esta materia. Se constituyó un comité investigador propio dentro de la *International Sociological Association* (ISA), organizado por el Consejo Mundial del Deporte vinculado a la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). La formación de este comité supuso “la institucionalización definitiva de la sociología del deporte” (González, 2004: 30).

A partir de este momento, comenzó a desarrollarse la sociología del deporte en otros países como Alemania, Inglaterra, Japón, Polonia, Estados Unidos o la Unión Soviética. Se empezó a articular una red de investigaciones y publicaciones a nivel mundial que albergaron tema como los Juegos Olímpicos, el papel de los espectadores en el deporte o la dimensión que ocupaba el deporte como ocio.

Tras los Juegos Olímpicos de Múnich de 1972 se formalizó la sociología del deporte como disciplina científica debido al enorme impacto económico y mediático, e incluso político, de dichos juegos. El atentado que tuvo lugar en esta ciudad contra la expedición olímpica israelí puso de manifiesto la trascendencia mundial de dicho evento deportivo (González, 2004: 31).

En España, la Junta Nacional de Educación Física fue la institución que acercó la sociología del deporte al mundo académico.

Es preciso aclarar que la instauración de esta disciplina se produjo en España con retraso respecto a la mayoría de los países europeos. Dicho establecimiento tuvo que esperar a la llegada de la democracia. La nueva realidad social de los españoles tras la dictadura franquista, que terminó con la muerte del dictador Francisco Franco en 1975, demandaba nuevas reivindicaciones sociales entre las que se encontraban la práctica de la actividad deportiva.

Con todo, no fue hasta la época postfranquista cuando el deporte fue considerado como un derecho y un servicio público por parte de todos los estratos sociales. Los organismos públicos tuvieron que aplicar políticas deportivas cercanas al ciudadano las cuales exigieron estudios previos en los que se hicieron necesarios el uso de teorías y métodos propios de la sociología (González, 2004: 36).

A través de las llamadas Cátedras Universitarias de tema deportivo-cultural se pudo hacer una aproximación al estudio del deporte. Se trataban de simposios que abarcaron temas de carácter deportivo. González señala:

Las disciplinas académicas a las que pertenecen esas cátedras son aún enormemente heterogéneas y van desde el estudio del deporte a través de la literatura, poesía o mitología, hasta ciertos intentos de taxonomizar juegos y deportes en base a criterios físicos y psíquicos. (González, 2004:33)

La instauración en 1964 de un Comité Internacional de Investigación en Sociología del Deporte y la creación de la *Revista Internacional de Sociología del Deporte* por iniciativa de dicho comité fueron dos catalizadores para que se estudiase en mayor profundidad el deporte en España. Además, desde la Junta Nacional de Educación Física, durante la década de los setenta se compilaron y publicaron artículos científicos relacionados con el ocio y el deporte.

Destacan las figuras de José María Cagigal, en los años setenta y Manuel García Ferrando, en los ochenta, como autores fundamentales y representantes del desarrollo inicial de la sociología del deporte. El primer simposio, que llevó por nombre “El deporte en la sociedad española contemporánea” tuvo lugar en 1983 y constituyó el punto de partida de futuros simposios y congresos sobre temática social y deportiva (González, 2004: 40).

Según las palabras de Moscoso Sánchez (2006: 182), José María Cagigal, que no era sociólogo en sentido estricto sino filósofo de formación, empleó extensos conocimientos en pedagogía, antropología, sociología e historia para “analizar desde un enfoque multidisciplinar el estudio social del deporte”.

España se situó, como así lo indican los estudios de García Ferrando, en unos niveles moderadamente altos en cuanto al interés de los españoles por el deporte. Cabe destacar el carácter mediático del deporte español y, en especial, el éxito del fútbol, el cual caló de lleno en la población de este país (García Ferrando, 2004: 9). El carácter mediático del deporte español es un tema que se tratará en un capítulo posterior.

Al entrar en los noventa, se asentaron los pilares de la sociología del deporte en España. Prueba de ello fue la creación de centros de investigación, el aumento de número de publicaciones especializadas y una amplia y variada docencia en torno a esta materia.

La Sociología del Deporte se incluyó como asignatura en la licenciatura de las Ciencias de Actividad Física y del Deporte y en la Diplomatura de Maestro en Educación Física.

CAPÍTULO 2. DEPORTE Y COMUNICACIÓN

2.1 El estudio del aspecto mediático del deporte. El periodismo deportivo

Es una observación inmediata la de comprobar que los medios de comunicación y el deporte guardan una estrecha relación. Los contenidos deportivos de los medios son los más vistos y es creciente el número de plataformas y de cadenas de televisión que emiten un elevado número contenidos de temática deportiva.

El deporte, además, se ha convertido en un fenómeno de masas globalizado de manera que, por ejemplo, es frecuente que se alteren los horarios de los eventos deportivos para que estos puedan ser seguidos por una cantidad superior de espectadores.

En este contexto, los patrocinios y gastos publicitarios en la actualidad, los salarios de los deportistas y el monto de los contratos de emisión ascienden a importantes cantidades económicas que no hacen sino reflejar el enorme interés que despiertan. Esta eclosión ha sido de tal magnitud que ha merecido la atención y el estudio desde muchas perspectivas, psicológicas, históricas, económicas, etc.

La información deportiva se transmitió en primer lugar a través del papel, por medio de periódicos y revistas. Después llegó la radio y más tarde la televisión e Internet. Hoy en día resulta impensable abordar el periodismo deportivo sin tener en cuenta el amplio espectro que engloba su consumo a través de las plataformas digitales.

Para explicar la relación entre los medios de comunicación y el deporte, se ha decidido llevar a cabo una exposición cronológica de los acontecimientos que favorecieron dicha correlación. De esta manera, se ha querido destacar los sucesos más importantes que permitieron contextualizar dicha correspondencia.

En la Antigua Grecia se pudieron apreciar los primeros antecedentes de lo que constituirá el periodismo deportivo. En *La Ilíada* de Homero existen referencias sobre primitivas

competiciones deportivas. Incluso autores como Platón hablaban en sus obras de gimnasia, juego y ocio (Naranjo, 2011: 185)

Durante la Edad Media, fueron los trovadores los que evocaron de forma oral los deportes que practicaban tanto la aristocracia como el pueblo llano.

La llegada de la imprenta en el siglo XV supuso un desarrollo exponencial de la difusión de la cultura y temáticas de todo tipo entre las que figuraban aquellas de contenido deportivo.

El primer diario de información general fue el *Daily Courrant* que nació en Inglaterra en el año 1702. Le siguieron otras publicaciones de contenido general. Se puede decir que a comienzo del siglo XVIII comenzó a forjarse una relación simbiótica e interdependiente entre del deporte y medios de comunicación impresos, que permanecería a lo largo de los años hasta la actualidad (Collins, 2013: 5).

A partir del siglo XVIII el deseo de crear nuevas revistas, artículos y periódicos nacionales y provinciales que trataran temas relacionados con el deporte se vio incrementado. Las personas que se dedicaban a cubrir esos primeros temas de contenido deportivo no estaban formadas en el oficio. De hecho, esos autores que cubrían este tipo de información eran deportistas profesionales que tenían amplios conocimientos sobre la disciplina que practicaban o habían practicado (Naranjo: 2011, 187)

Algunos autores como Naranjo (2011: 187) sostienen que *Sportsman* fue uno de los primeros medios en abordar el tema deportivo de forma especializada. Este periódico comenzó sus publicaciones en Londres en el año 1852. Entre sus contenidos destacaban la amplia cobertura hacia las carreras de caballos, de gran popularidad en aquella época. Este medio supuso el precedente de una larga serie de diarios y revistas dedicadas a los deportes.

La restauración de los Juegos Olímpicos, por parte del Barón de Coubertin a finales del siglo XIX, a la que ya se ha hecho referencia en un epígrafe anterior, supuso un nuevo impulso del deporte como actividad de masas.

En Estados Unidos, el magnate de los medios de comunicación William Randolph Hearst, decidió incluir en sus diarios la información deportiva. En el año 1895 decidió informar sobre carreras de caballos y otros deportes en algunas de sus publicaciones. De esta

manera, los medios de comunicación de Hearst comenzaron a destacar entre sus rivales y estos empezaron a incluir del mismo modo información deportiva en sus páginas (Naranjo, 2011: 188).

Poco a poco, todos los diarios norteamericanos comenzaron a reservar un espacio diario exclusivo destinado a la información deportiva. “Esta aparecía siempre en las páginas interiores hasta que *The New York Times* dedicó su primera página en 1926 a un famoso boxeador llamado Gene Tuney” (Naranjo, 2011: 188).

Resulta destacable el hecho de que la prensa deportiva haya patrocinado diversos eventos deportivos favoreciendo así la relación entre deporte y medios de comunicación. Naranjo señala:

El diario francés *L'Auto*, que pasó a llamarse *L'Equipe*, es el que crea y patrocina la vuelta ciclista a Francia. En Italia, *La Gazzeta dello Sport* patrocina el Giro. En España, es el diario *Informaciones* quien patrocinó la Vuelta Ciclista a España en 1935. El periódico de Chicago *The Times Herald* organizó en 1895 la primera carrera automovilística de Estados Unidos, y en 1899 el *New York Herald* patrocinó las primeras carreras automovilísticas de carácter internacional. (Naranjo, 2011: 188)

A partir de los años XX los medios de comunicación comenzaron a pagar grandes cantidades de dinero para las coberturas de los diversos acontecimientos deportivos. La organización y regulación de muchos deportes se organizó a través de organismos internacionales como el Comité Olímpico Internacional (COI) o la Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol (FIFA, en sus siglas en inglés). En un epígrafe posterior se analizarán en detalle las características y funciones de estas instituciones.

La implicación de los medios de comunicación en el deporte ha impulsado y transformado eventos de la talla de la Copa Mundial de la FIFA o los Juegos Olímpicos (Boyle, 2006: 3). El interés de la población en conocer cada detalle las historias de sus protagonistas han hecho que esta la demanda informativa sea aún mayor. Rojas (2014) señala:

El periodismo deportivo ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en “el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de Europa Meridional, América Latina, tanto en prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales. (Rojas 2014: 179)

La aparición de Internet ha cambiado de forma radical el consumo de información deportiva. Esto ha provocado un cambio en la estructura de las redacciones periodísticas. “En el nuevo escenario digital, el periodismo ha encontrado en el entorno 2.0, en los blogs y, muy especialmente, en los social media uno de sus más eficaces vectores de difusión de contenidos” (Rojas, 2014: 181).

En la actualidad, nuevos elementos como las redes sociales han favorecido que las noticias se puedan actualizar de forma constante y a una velocidad vertiginosa. La nueva realidad digital ha favorecido a que los “viejos” medios tengan que adaptar sus contenidos para adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores (Rojas, 2014: 182).

Investigaciones sobre deporte y comunicación a nivel internacional

A nivel académico, urge destacar diversas investigaciones de autores que han publicado manuales y volúmenes recopilatorios durante las últimas décadas sobre el estudio de la relación entre comunicación y deporte. A la hora de llevar a cabo la revisión de la literatura disponible, se ha hallado además un número considerable de libros de temática deportiva, principalmente sobre fútbol, cuyos autores suelen ser deportistas profesionales que narran sus experiencias vividas.

Esta tesis doctoral no busca recopilar una bibliografía exhaustiva de todos los autores que han abordado el estudio de la temática deportiva y la relación entre deporte con los medios de comunicación. Sin embargo, sí resulta preciso señalar algunos de los escritores más importantes y reconocidos a nivel internacional que han abordado dicha relación en profundidad como David Rowe, Raymond Boyle y Garry Whannel.

David Rowe, en su libro *Sport, Culture and the Media* (2004) indica que la potente relación entre los medios y el deporte no esperó a la llegada de la televisión. Los periódicos constituyeron la llave para que se creara un verdadero negocio alrededor del deporte (Rowe, 2004: 31).

Raymond Boyle en su obra *Sports Journalism: Context and Issues* (2006) resalta el cambio tan profundo en los valores de la sociedad respecto al deporte. Con ello muchos estudiantes demostraron que querían ser periodistas deportivos.

Garry Whannel fue otros de los autores clásicos de obligada mención para el desarrollo del presente trabajo académico. Su libro *Blowing the whistle* (2008) constituye un referente donde se tratan diversos temas que se seguirá estudiando en los años posteriores: mercantilización, globalización, nacionalismo y otros aspectos como el género, la etnicidad y la clase social (Naranjo, 2011: 22).

Otro autor, Garry Crawford señala que, así como el deporte puede importar a mucha gente, una buena parte de la sociedad carece de interés hacia el mismo. A pesar de ello, resulta innegable, según sus investigaciones que el deporte ha ocupado y ocupa un papel significativo en la modelación de la identidad cultural y social de una comunidad. Crawford afirma:

Las memorias, los pensamientos y las conversaciones de los seguidores deportivos se relacionarán frecuentemente con los eventos a los que esas personas han acudido, los encuentros que han visto por televisión, los bienes de consumo que han comprado o visto y actos similares de consumo. (Crawford, 2004: 5)

Investigaciones sobre deporte y comunicación en España

Las relaciones entre los medios de comunicación y el deporte han sido abordadas de forma específica desde el ámbito académico español. Dicha relación ha merecido la atención de un buen número de autores. Se pueden destacar en profundidad algunas de las perspectivas desde las que se han estudiado.

En el epígrafe anterior se señaló la importancia de los trabajos sociológicos sobre el deporte de los españoles José María Cagigal durante los años setenta y de Manuel García Ferrando en los ochenta. Ambos autores resultan imprescindibles para comprender el tema que trata este epígrafe.

Algunos autores españoles han estudiado el binomio comunicación-deporte desde una perspectiva académica muy especializada. Es el caso de Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral que, en su obra *Áreas de Especialización Periodística* (1998), presentan un artículo completo dedicado a la actividad deportiva. Esteve y Fernández (1998: 275) afirman que dicha actividad deportiva ha estado siempre unida a distintas manifestaciones humanas, como la religiosa, la bélica, la educativa o la lúdica:

En principio, tales manifestaciones eran de carácter privado y personal como expresión de culto a los dioses o de desarrollo de un ejercicio físico, sin embargo, a través de la historia se ha ido configurando una faceta social del deporte como competición y exhibición derivándose actualmente como un fenómeno de masas. (Esteve y Fernández, 1998: 275)

Asimismo, destaca Miguel de Moragas i Spà, autor de diversos libros sobre teoría y sociología de la comunicación. Moragas fue director del Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona (CEO-UAB) y presidente de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC). En estos libros, aborda en profundidad la relación existente entre deporte y comunicación apuntando que “a cada nueva edición, los Juegos Olímpicos consiguen la máxima audiencia simultánea y acumulada de la historia de la televisión” (Moragas, 2011: 11). Destacan sus obras *Barcelona 92'. Los Juegos de la comunicación* (1992) y *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte* (2003).

Antonio Alcoba López fue otro de los grandes referentes del periodismo deportivo en España. Fue profesor de Periodismo especializado en la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y periodista del diario *As*.

Alcoba es considerado como uno de los precursores más importantes en la enseñanza del periodismo deportivo como área de especialización en las universidades de España. Este autor considera el deporte como una de las vías fundamentales que han promovido, promueven y promoverán la comunicación entre los hombres.

De las aportaciones de Alcoba se desprende la idea de la universidad del deporte como elemento de comunicación humana y en estrecha relación con los medios de comunicación. En sus obras *El periodismo deportivo en la sociedad moderna* (1980) y *Deporte y comunicación* (1987) hace un recorrido histórico sobre el auge del deporte en la sociedad y destaca la labor del periodista deportivo. Abarca la comunicación del

deporte en prensa, radio y televisión e incluso profundiza en sus obras sobre el concepto de “capitalismo deportivo” donde trata la relación del deporte con la política.

Alcoba explica en sus investigaciones que el deporte se ha convertido en un elemento cultural de gran trascendencia para las personas y lo ubica dentro del ámbito social:

El fenómeno deportivo, propio de este siglo, se ha convertido en algo consustancial en la vida del hombre actual, del cual no puede separarse el ser del propio hombre quien busca, a través del deporte, una salida a la agitación de su vida, y para romper unos moldes en los cuales ha quedado introducido por la mecanización de su existencia. (Alcoba, 1980: 94)

Joaquín Marín Montín, otro autor español, escribió varios artículos sobre el espectáculo del deporte. Destaca su libro *Comunicación y deporte: nuevas perspectivas de análisis* (2005) donde abarca en profundidad temas relacionados con el tratamiento del deporte en la era de Internet.

2.2 Características propias de la información especializada en deporte

La información deportiva goza de una serie de características que la hacen especial. En primer lugar, está dotada de un lenguaje visualmente atractivo que resulta común y accesible para todas las mentalidades (Rojas, 2014: 178). Como se ha explicado, el crecimiento y la demanda de este tipo de información ha sido exponencial en todos los deportes. Alcoba explica:

Los profesionales de estos medios informan de un género específico comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del deporte, como un fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado. (Alcoba, 2005: 10)

En la actualidad, la información deportiva se ha adaptado a la exigencia del nuevo consumidor digital. Con ello, ha surgido el periodismo deportivo emprendedor, que incluye nuevos medios digitales que han aprovechado el alcance de las últimas plataformas para incluir líneas narrativas innovadoras que hacen llegar la información deportiva al consumidor. De esta manera, logran satisfacer necesidades de la audiencia que no estaban cubiertas por los medios convencionales (Rojas, 2014: 181).

A lo largo de los años, los contenidos deportivos han sufrido una serie de cambios en aras de adaptarse a las nuevas demandas por parte de los consumidores. En la actualidad, puede enumerar una serie de características con las que se relaciona a la información deportiva, siendo las principales:

- Lenguaje atractivo

El periodismo deportivo es garante de un lenguaje específico. Está dotado de una serie de rasgos lingüísticos, sobre todo léxicos los cuales son compartidos por todos los usuarios afines a dicho nicho periodístico (Naranjo, 2011: 84). En ocasiones, se ha criticado dicho

lenguaje tachándolo de “coloquial y vulgar” el cual lleva a cabo un excesivo empleo de términos acabados en “mente” así como un abuso de tecnicismos y extranjerismos.

- Utilización de elementos audiovisuales

Los periodistas deportivos buscan impactar al lector o consumidor de información a través de elementos audiovisuales atractivos. Entre estos se encuentran las fotografías y los vídeos. Además, se aprecia el uso frecuente de infografías; elementos que combinan información con imágenes. Rojas indica:

Las infografías cumplen a la perfección su cometido, y por eso son cada vez más utilizadas, porque contienen en un espacio más o menos reducido un importante volumen de datos, tales como el número de participantes desagregados por sexo y nacionalidades, el formato de competición y el calendario con sus fechas, la historia o palmarés, y, sobre todo, cuando se trata de deportes menos conocidos por el gran público, aspectos relacionados con el reglamento (infracciones, posiciones en el campo, dimensiones del terreno de juego, etcétera). (Rojas, 2014: 185)

El periodismo deportivo ha encontrado en las infografías una nueva vía para transmitir el deporte con elementos más atractivos, accesibles y sugerentes.

- Empleo de los datos. Periodismo de datos.

En el periodismo deportivo cada vez es más frecuente el uso de datos que aporten contenido interesante para el receptor. La tecnología actual permite la recopilación de una ingente cantidad de datos. El tratamiento y la publicación de los mismos se está convirtiendo en una práctica generalizada en todos los medios. Rojas explica:

La estadística se ha integrado en el deporte de manera permanente porque es la manera de explicar o expresar los diferentes aspectos de una competición o de un partido por medio de números. Dichas cifras buscan ofrecer al aficionado una visión lo más clara posible de lo ocurrido y de la participación de cada jugador o deportista. (Rojas, 2014: 186)

El deporte, por consiguiente, es un terreno donde se ha apostado por el tratamiento e interpretación de los datos para conseguir una mayor narración de los acontecimientos y así embaucar al consumidor de información.

- El largo formato

Algunos medios de comunicación especializados en periodismo deportivo están apostando por narraciones que contienen alrededor de 10.000 palabras, o más. Esta narrativa no es nueva puesto que publicaciones como *Esquire* o *The New Yorker* han publicado textos largos en las últimas décadas (Rojas, 2014: 187).

En este epígrafe se han expuesto algunas de las particularidades del periodismo deportivo de la actualidad. Algunas de esas características han sido innatas a este tipo de periodismo especializado desde hace muchos años. Otras, por el contrario, han surgido a raíz de la necesidad de la adaptación a una sociedad y de la presencia de un consumidor cambiante.

En el siguiente epígrafe se explica la evolución de la prensa en España la cual nació en un contexto social y económico particular, muy diferente al panorama actual que se vive en torno a los medios de comunicación.

2.3 Evolución de la prensa deportiva en España: nacimiento y expansión

La prensa fue el primer medio de comunicación a través del cual se expandió el deporte en España. El fútbol fue el deporte más popular y llegó a tener un alcance sin precedentes en la historia de este país: se consagró como un auténtico fenómeno de masas.

Como ya se ha indicado, los primeros periódicos deportivos modernos nacieron en Inglaterra y pronto se expandieron por Europa. A mediados del siglo XIX surgieron las primeras informaciones de carácter deportivo en España por influencia del periodismo anglosajón y francés. Estas publicaciones solían dedicarse a un deporte concreto o a deportes de una misma familia como la caza, el ciclismo o la hípica (Sainz de Baranda, 2013: 23).

La revista *El Cazador* fue la primera publicación deportiva española que salió a la luz en Barcelona en el año 1856 (Sainz de Baranda, 2013: 23). Esta publicación fue el germen de nuevas revistas especializadas que difundieron deportes variopintos.

Las revistas dedicadas al ciclismo comenzaron, asimismo, a hacerse populares en esta época. Destaca *El Pedal*, publicada en Huesca en el año 1869 (Sainz de Baranda, 2013: 23). El 1 de noviembre de 1897 se publicó en Barcelona el periódico *Los Deportes*, fundado y dirigido por Narciso Masferrer. Este profesional fue una persona muy vinculada al proceso de penetración y desarrollo del periodismo deportivo moderno en España pues lideró la mayoría de las iniciativas de institucionalización deportiva que se llevaron a cabo en este país a finales del siglo XIX y principios del siglo XX (Pujadas, 2017: 2).

La prensa deportiva española en la última década del siglo XIX se caracterizó por una oferta diversificada llevada a cabo por promotores y redactores profesionales. Durante la

primera década del siglo XX, nuevos deportes fueron adquiriendo importancia: surgieron nuevas cabeceras y otras desaparecieron (Sainz de Baranda, 2013: 28).

Entre los años 1900 y 1936, el deporte se fue convirtiendo en un elemento cada vez más importante. El interés por el deporte se fue abriendo hueco entre los principales periódicos del país. La prensa no especializada española comenzó a dar respuesta a esa demanda masiva de lectores ávidos de consumir información deportiva (Simón, 2012: 3). Fue durante estas décadas cuando se produjo la cristalización de una prensa de masas concebida como un auténtico negocio que pretendió dar servicio a una gran cantidad de lectores (Pujadas, 2017: 9).

En ciudades como Madrid el punto de inflexión que consolidó la información especializada en deportes fue la aparición del diario *Marca*, en el año 1938. Barcelona fue la ciudad donde surgieron la mayor parte de periódicos especializados. El diario *Mundo Deportivo*, decano de la prensa diaria deportiva española, constituyó un claro ejemplo de cómo la personalidad de los directores, sólo ocho en más de un siglo, aseguraban la continuidad de la naturaleza propia de un diario de gran trascendencia en España (Sainz de Baranda, 2013: 35).

En un epígrafe posterior se abordarán las características de los diarios *As* y *Marca*, así como su evolución a lo largo de los años. La prensa deportiva sigue siendo un elemento de vital importancia para las sociedades española. Si bien es cierto que la difusión de la prensa ha descendido dando paso nuevas plataformas digitales con contenidos más atractivos.

La prensa deportiva se benefició del éxito inesperado de la selección española de fútbol en las Olimpiadas de Amberes de 1920. Esta victoria supuso un acontecimiento imprescindible para el desarrollo y crecimiento del fútbol en España. Asimismo, la profesionalización del fútbol en el año 1926 representó impulsó el crecimiento de la prensa deportiva en este país en torno al fútbol. Simón señala:

ABC, El Sol y La Vanguardia darán vida a suplementos semanales centrados en los principales acontecimientos deportivos del fin de semana, y en donde el elemento gráfico competirá en importancia con la letra impresa. El fútbol, convertido en el principal deporte espectáculo, liderará el contenido de esas secciones, siendo las crónicas de esos encuentros el único medio con el que los seguidores podrían estar informados de los resultados y la actuación de los jugadores en otros campos alejados

de sus ciudades. (Simón, 2012: 38)

Además del desarrollo en la prensa, merece especial mención la bibliografía sobre los primeros escritos en España en torno el fútbol durante las dos primeras décadas del siglo XX. Los autores Xavier Torredadella-Flix y Antoni Nomdedeu-Rull recopilaron las principales obras sobre esta materia. Ambos autores advierten que dicha bibliografía contribuyó inevitablemente, al igual que la prensa, al desarrollo de este deporte. Torredadella y Nomdedeu señalan:

Aunque la literatura futbolística fue escasa y criticada por su simplicidad técnica, prestó un útil servicio a cuantos neófitos trataron de iniciarse en el popular deporte inglés. Asimismo, el fútbol generó la bibliografía más importante del movimiento gimnástico-deportivo de principios del siglo XX; una bibliografía que hoy nos ayuda a interpretar el desarrollo del fútbol español. (Torredadella y Nomdedeu, 2015: 113)

Se puede decir que la prensa deportiva de España evolucionó progresivamente a lo largo de los años en este país partiendo desde el papel hasta alcanzar las nuevas plataformas digitales.

2.4 El deporte como forma de control social en España

Dando un paso más al tema que se aborda, se ha de considerar que, en España, el deporte se empleó como un instrumento educativo, propagandístico y de control social.

En este sentido, la Obra Sindical de Educación y Descanso fue una institución que se creó en los años cuarenta y que persiguió atraer a los obreros al nuevo “credo nacionalsindicalista”. El deporte sirvió, por lo tanto, para fomentar la cohesión social y que se inculcasen en los trabajadores los nuevos hábitos y actitudes defendidos por la dictadura franquista (López Gallegos, 2012: 82).

Durante los primeros años del siglo XX se produjo en España una serie de cambios en torno al mundo del trabajo. La aplicación de nuevos procesos industriales permitió optimizar el rendimiento laboral y con ello las condiciones de vida de los trabajadores mejoraron. Pudieron disfrutar de más tiempo libre. Este hecho fue trascendental para la democratización de los deportes.

El deporte, que hasta entonces sólo había sido practicado por una élite como ya se ha indicado en epígrafes anteriores, comenzó a expandirse por los barrios obreros. No se trataba de una forma de competición o de exhibicionismo, sino que a la salida de las fábricas los trabajadores jugaban a deportes como el fútbol para divertirse y establecer relaciones sociales (López Gallegos, 2012: 82).

El deporte, por tanto, se consagró como un punto de unión entre miembros de un mismo barrio con problemas similares que sirvió para crear lazos intensos de camaradería y diversas redes de un sistema de apoyo y defensa mutua (López Gallegos, 2012: 82).

El impulso del deporte coincidió con la aparición de los primeros equipos de fútbol importantes. La población comenzó a identificarse con los valores que promovían dichos clubes y equipos. Poco a poco se fue creando en España la cultura deportiva (López Gallegos, 2012: 83).

La cultura deportiva se siguió desarrollando a lo largo de los años hasta la actualidad, donde todavía tiene una fuerte presencia. Resulta comúnmente aceptado que el estilo de vida de los deportistas supone un ejemplo para la sociedad. En este sentido, gusta y se aprecian algunas de sus virtudes.

La identidad social, la lucha contra el racismo o el hecho de relacionar el deporte con la salud, son algunos de los temas inherentes a la cultura deportiva actual. No es menester como objetivo del presente trabajo ahondar sobre la cultura del deporte. Simplemente se ha querido señalar en este epígrafe la evolución del mismo y apuntar que se produjo un intento de control del mismo por parte de las instituciones nacionalistas de España hasta nuestros días.

En la actualidad existe una notable cultura deportiva en España que se aprecia desde múltiples esferas, sobre todo desde la que engloba a los medios de comunicación, como ya se ha explicado.

2.5 Características del diario *As*. Historia y evolución

El diario *As* surgió como semanario editado en papel el 7 de junio de 1932 (Naranjo, 2011: 192). Dejó de publicarse un mes después de la Guerra Civil Española. Tras este acontecimiento bélico, el Grupo Semana lo reeditó como diario y el seis de diciembre del año 1967 apareció de nuevo en los quioscos con una tirada de 60.000 ejemplares (Naranjo, 2011: 192).

El primer director de *As* fue Luis González de Linares el cual inició su carrera periodística en el año 1929 en el semanario *Estampa*, en el que estuvo trabajando cinco años (Sainz de Baranda, 2011: 52).

La primera redacción de *As* estuvo constituida por casi la totalidad de la sección de deportes del desaparecido diario *Informaciones* a la que se sumaron cuatro jóvenes estudiantes de periodismo: Julián Martínez, Eduardo Azpilicueta, Antonio Uroz y José Vicente Hernández (Sainz de Baranda, 2011: 52).

Desde el año 1973 al 1975, *As* fue el diario madrileño de mayor difusión, superando incluso a diarios de información general como *ABC* y *Pueblo* (Naranjo, 2011: 192). En este período superó incluso en ventas al diario *Marca*, su principal competidor. Sainz de Baranda apunta:

Durante la década de los años setenta, *As* superó en ventas a *Marca*, su principal competidor en lo que a prensa deportiva madrileña se refiere. De hecho, de 1973 –con 167.000 lectores al día– a 1975 –con 331.000 lectores día–, *As* fue el diario de mayor difusión superando incluso a *ABC* y *Pueblo*.

En el año 1996, el Grupo PRISA adquirió el 75% del diario *As*. La nueva empresa mantendría el mismo plantel de trabajadores salvo los cargos directivos. Se nombró director a Alfredo Relaño (Sainz de Baranda, 2013: 54).

Sainz de Baranda apunta:

Cuando Alfredo Relaño comienza como director, el diario *As* había retrocedido en número de lectores diarios, no lograba superar la cifra de 600.000 que había alcanzado en 1990. En 1997, *As* vendía 123.447 ejemplares diarios, lo que le colocaba en tercer lugar entre la prensa deportiva, muy lejos del *Marca* (458.441), entonces perteneciente al Grupo Recoletos, y muy cerca del segundo, *Sport* (131.140), entonces del Grupo Zeta. A partir del año 2000 inicia una recuperación y en el año 2005 supera el millón de lectores al día, llegando a ofrecer sus mejores datos en el año 2010, con 1.395.000 de lectores al día. (Sainz de Baranda, 2013: 54)

Este periódico *As*, en su versión impresa, centra sus contenidos en el fútbol, aunque también engloba a otras disciplinas deportivas que coinciden en general con aquellas donde triunfan los deportistas españoles.

Luis Nieto Tortuero es el actual director de la versión digital de *As*, desde octubre de 2012. Además, Lourdes Rebollo es la jefa del área multimedia. En la actualidad, *As* cuenta con más de 100 profesionales en plantilla entre los que se encuentran redactores, equipos de negocio y comerciales.

As se estructura en secciones y los periodistas de cada una de ellas trabajan con informaciones que van destinadas tanto a la versión en papel como a la digital. Se puede decir que se trata de una redacción híbrida.

Respecto a las publicaciones relacionadas con el videoarbitraje, cuentan con el experto Ruby Arés. Al mismo tiempo, trabajan para *As*, en calidad de colaboradores y especialistas, el exárbitro Iturralde González, el exfutbolista Kiko Narváez, el exfutbolista Álvaro Benito y el Dr. José Ángel González.

Este diario digital sigue considerando a Alfredo Relaño que, como ya se ha mencionado, fue director de *As* y actualmente trabaja como experto.

Las informaciones que se publican en *As* en Internet se monitorizan en tiempo real. Todas las publicaciones van evolucionando en función de la repercusión que van alcanzando a lo largo del tiempo. De esta manera, las piezas periodísticas pueden ampliarse o ganar posiciones de relevancia para obtener una visibilidad mayor en función de la demanda que van suscitando.

2.6 Características del diario *Marca*. Historia y evolución

Marca comenzó a editarse forma de semanario el 21 de diciembre de 1938 en San Sebastián, durante la Guerra Civil Española. El primer número, bajo el nombre *Semanario gráfico de los deportes* costaba 40 céntimos y a las pocas horas de ponerse a la venta se agotaron los 30.000 ejemplares de esa primera tirada (Sainz de Baranda, 2013: 41).

Las primeras ediciones del diario se caracterizaron por una gran calidad gráfica para la época; un diseño innovador con fotografías, caricaturas y textos (Sainz de Baranda, 2013: 42).

El tres de enero de 1940, la redacción se trasladó a Madrid. En el año 1942 esta publicación semanal empezó a tener una periodicidad diaria. Sainz de Baranda indica que “a pesar de la situación de España en la posguerra la publicación alcanzó los 140.000 ejemplares en 1942”.

Poco a poco, *Marca* comenzó a adquirir popularidad de forma que en el año 1965 contaba con una difusión de 150.000 ejemplares diarios (Naranjo, 2011: 193).

En el año 1973 se nombra a Carmelo Martínez González director de *Marca*. Permanecerá diez años en el cargo. En esta época surgirá una gran competencia entre *Marca* y *As*. El 3 de septiembre de 1987, Luis Infante fue nombrado nuevo director. Martínez González permaneció como director adjunto.

En 1990, *Marca* se convirtió en el segundo periódico más leído de España. En 1992, este diario consiguió superar el millón de lectores lo que le convertirá en el periódico más leído de España a finales de ese año (Sainz de Baranda, 2013: 47).

El 14 de noviembre de 2001 se nombró a Elías Israel como nuevo director. Durante el mandato de Israel, el periódico volvió a batir su propio récord con más de dos millones de lectores al día en el año 2004, según el EGM (Sainz de Baranda, 2013: 48).

Sainz de Baranda apunta:

Eduardo Inda ocupa la dirección durante cuatro años, donde *Marca* vuelve a batir récords en número de lectores, 2.888.000 en el año 2010, vendiendo un promedio de 260.000 ejemplares diarios, 76.000 más que *As*, su inmediato seguidor. (Sainz de Baranda, 2013: 48).

El diario *Marca* pertenece en la actualidad al grupo empresarial Unidad Editorial, el cual fue fundado a partir de la unión del Grupo Recoletos con Unedisa en el año 2007. Llegó a constituirse como el diario de información deportiva más vendido llegando a una difusión de más de cuatrocientos mil ejemplares (Naranjo, 2011: 193).

En la actualidad, el sitio web de *Marca* cuanta con más de dos millones de navegadores únicos y más de cuatro millones de visitas (Naranjo, 2011: 193). Además, la empresa cuenta con *Radio Marca*, la primera emisora especializada de España en información deportiva (Naranjo, 2011: 193).

En el año 1995 nació la web de *Marca*, con la misión de ofrecer una información periodística especializada en deportes y convertirse en referencia mundial. En el año de la elaboración del presente trabajo, el medio *Marca.com* llega a más de 75 millones de usuarios de todo el planeta (Contreras, 2020).

Para esta investigación se consultó a Emilio Contreras, subdirector de *Marca* y tertuliano en Radio Marca. En cuanto a las publicaciones especializadas en videoarbitraje, *Marca* cuenta con el exárbitro de fútbol Juan Andújar Oliver y el especialista José Félix Díaz. Este último es el encargado de seguir cualquier acontecimiento en torno al VAR. En este sentido, las ruedas de prensa convocadas por el CTA o cualquier declaración de Manuel Velasco Caballo, presidente del CTA, o de Clos Gómez, responsable del Proyecto VAR del CTA, son de gran interés.

Según las declaraciones de Emilio Contreras, subdirector de *Marca*, la llegada del videoarbitraje ha traído un exceso de celo por parte de los aficionados y los consumidores de información deportiva.

Según las opiniones del subdirector actual de *Marca*, los aficionados echan las culpas a los árbitros y al videoarbitraje cuando se produce una jugada o una acción concreta que perjudica al equipo que siguen o defienden.

La versión digital de *Marca* apuesta una labor pedagógica de las Reglas de Juego en el fútbol. Uno de los desafíos de *Marca* según las fuentes consultadas se basa en ofrecer una información de servicio en tiempo real. De esta manera, durante las retransmisiones en directo de los partidos por parte del diario en las que se produzca una jugada polémica, se podría ofrecer al espectador o consumidor un enlace a un vídeo donde pueda visualizarse una jugada pareja. Para aclarar dudas o que el espectador saque en claro nuevas conclusiones.

A pesar de las buenas intenciones, este servicio tiene limitaciones debido a las restricciones que se producen por parte de La Liga, el proveedor audiovisual que facilita el contenido a los medios de comunicación.

El último acuerdo que tenía *Marca* con La Liga data de 2018. Consiste en un acuerdo más permisivo en cuanto a la edición de los vídeos. Sin embargo, el contrato del año 2019 impide que los redactores de un medio de comunicación puedan editar el contenido embebido o clips de vídeo que proporciona la LFP. Por lo tanto, se producen restricciones.

Además, dichos clips de vídeo tienen fecha de caducidad y pasado un tiempo aproximado de cuatro meses desde la primera publicación, el vídeo no puede volver a visualizarse. Por lo tanto, los redactores de los medios digitales se ven impedidos en llevar a cabo piezas periodísticas audiovisuales que perduren en el tiempo.

CAPÍTULO 3. DEPORTE Y TECNOLOGÍA

3.1 La tecnología en el deporte

La tecnología ha ido de la mano del deporte a medida que ambos fenómenos evolucionaron a lo largo del tiempo. Este estudio se centra en la tecnología que ha hecho posible la aceptación del videoarbitraje en el fútbol profesional, el cual ha se ha establecido de forma oficial en las principales ligas profesionales del mundo.

Existen deportes, diferentes al fútbol, que llevan años aplicando el vídeo como recurso de ayuda al arbitraje en busca la justicia deportiva. Sin la ayuda que ofrece la tecnología, no se podría entender ciertas jugadas polémicas o acontecimientos dudosos que requieren una revisión más profunda de los hechos.

La Real Academia Española (RAE) establece cuatro acepciones en cuanto a la definición de “tecnología”. Estas son:

- f. Conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.
- f. Tratado de los términos técnicos.
- f. Lenguaje propio de una ciencia o de un arte.
- f. Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

Esta investigación considera que la tecnología está destinada a mejorar y facilitar el trabajo humano. Teniendo en cuenta el tema que atañe, se considera que las nuevas tecnologías cumplen un papel determinante en el deporte profesional y que han traspasado sus fronteras hasta instaurarse en el deporte aficionado.

Sin la tecnología, muchos de los aspectos que se conocen y se aplican en el deporte serían demasiado laboriosos. Por tanto, su llegada facilitó que se apliquen procesos de comprobación de fallos o errores. Con ello, este nuevo factor aplicado en el deporte ha

condicionado los resultados de las competiciones y ha influido en innumerables aspectos de las mismas.

Para poder explicar este tema con detenimiento, se han querido señalar cuatro tipos de beneficios que resultan como consecuencia de la aplicación de la tecnología en el deporte:

- Beneficios para proteger la salud de los deportistas
- Mejora de los resultados de los deportistas. Casos específicos. “Dopaje tecnológico”
- Expansión del deporte entre más personas
- Arbitraje y decisiones más justas

El cuarto apartado es el que más relación guarda con esta tesis puesto que ésta busca averiguar, en primera instancia, las características de las publicaciones sobre videoarbitraje de los medios de comunicación *As* y *Marca*.

A continuación, se desarrollan en detalle los cuatro tipos de beneficios antes mencionados:

Beneficios para proteger la salud de los deportistas.

Gracias a la tecnología ha sido posible obtener información detallada sobre las constantes vitales de los deportistas a la hora de que éstos desempeñen una determinada actividad. De esta manera, se han conseguido evitar problemas derivados de los sobreesfuerzos del deporte. Sobre todo, se ha conseguido resolver ciertos inconvenientes en la alta competición.

Los nuevos dispositivos tecnológicos pueden ofrecer un número variopinto de rutinas de ejercicios para cualquier tipo de deportista. Los pulsímetros de última generación, por ejemplo, tuvieron gran acogida debido a sus funcionalidades y beneficios que otorgan a quien los usa. Estos aparatos pueden ser relojes de pulsera o sensores que se sitúan

alrededor del pecho que controlan ciertos datos del organismo como las pulsaciones y los envían a otros dispositivos o *gadgets*.

Otro ejemplo de beneficios fruto del desarrollo tecnológico lo constituye la creación de nuevas prendas para la práctica deportiva dotadas de nuevos materiales. Con ello, se ha favorecido la transpiración por lo que la comodidad y el rendimiento de los deportistas se han visto incrementados.

La tecnología ha tenido especial acogida en los deportes de tipo aeróbico como el *running*, el ciclismo o la natación, aunque también en otros deportes más dinámicos como el tenis o el pádel. El análisis de los diferentes datos estadísticos ha hecho posible que se mejoren todas las marcas y los tiempos.

Gracias a la aplicación de las últimas innovaciones, se pudo conocer cómo está trabajando el cuerpo de un determinado deportista como si de una máquina se tratase. Esto permitió llevar a cabo ciertos controles y con ello evitar exponer el cuerpo a ciertos límites que podrían llegar a ser peligrosos para la salud (Sports Management School, 2019)

Mejora de los resultados de los deportistas. Casos específicos

La tecnología permite superar metas que nunca se habían cruzado. Es menester de los organismos oficiales diferenciar entre qué se considera una prohibición y qué un avance tecnológico. Para ello, desde dichas entidades se estudian los posibles límites del desarrollo de las cualidades psicofísicas de los atletas.

Un ejemplo de este tipo lo encontramos en la hazaña llevada a cabo por el keniano Eliud Kipchoge. Fue el primer hombre en la historia en completar un maratón en menos de dos horas (Navarro, 2019).

El récord de este deportista no se consideró oficial. Quedó fuera de los récords mundiales de la Federación Internacional de Atletismo (IAAF, en sus siglas en inglés). La principal causa fue que, durante la carrera, no se cumplieron los requisitos mínimos para que el

organismo le otorgase un reconocimiento. Al no tratarse de una carrera oficial, no hubo control antidopaje y no hubo al menos tres competidores buscando la victoria. Condiciones indispensables para que la marca fuese homologada como récord mundial.

En enero del año 2020 las zapatillas utilizadas por Kipchoge para batir el récord fueron prohibidas para las competiciones (Cinco Días, 2020). La IAAF anunció ese mismo mes que las zapatillas de la marca *Nike* empleadas por el corredor quedaban ilegalizadas dado que no cumplían los requisitos legales del calzado en competición. Dichas restricciones incluyeron los cuatro centímetros máximos que puede tener el grosor de la suela de cualquier zapatilla o la prohibición del empleo de placas rígidas solapadas. Además, para que cualquier zapatilla fuese válida, debería haber sido introducida en el mercado minorista cuatro meses antes de ser utilizada en competición.

Otro ejemplo polémico sobre una aplicación tecnológica en el deporte lo encontramos en los bañadores de los nadadores profesionales que elaboró la marca *Speedo* (El País, 2008). Durante los campeonatos de Europa de Eindhoven, que tuvieron lugar entre el 13 y el 24 de marzo del 2008, se batieron once récords del mundo. Los deportistas presentes habían usado los bañadores de la marca *Speedo* del modelo *LZR Racer Bodysuit*, con un nuevo diseño tecnológico.

En ese año, se abrió un nuevo debate en torno al llamado “dopaje tecnológico”. La llegada del nuevo “dopaje” podría afectar a la esencia misma del deporte de natación. Se empezaban a detectar diferencias injustas entre unos competidores y otros debido al nuevo factor.

Los bañadores estaban constituidos por un material que repelía el agua y supuestamente ayudaba a estabilizar y mantener la posición del cuerpo. Además, poseían unos paneles con una forma aerodinámica para reducir la fricción y una tela fuerte y ligera destinada a reducir la oscilación del músculo y la vibración de la piel (El País, 2008).

La Federación Internacional de Natación (FINA) finalmente aprobó ese tipo de bañadores con la salvedad de que estuvieran disponibles para todos los competidores que participasen en los Juegos Olímpicos de Pekín de 2008.

El director ejecutivo de la FINA, Cornel Marculescu, señaló que la primera prioridad era que dicha innovación tecnológica fuese accesible para todos los deportistas. Por su parte,

Claude Fauquet, director técnico de la Federación Francesa de Natación, solicitó la apertura de un debate ético sobre el uso de las nuevas mallas.

Con el tiempo, se crearon mejores bañadores que permitieron reducir todavía más la fricción del nadador con el agua y aumentar el efecto de la flotabilidad. En concreto, desde la introducción en el mercado de estos bañadores de alta tecnología, se batieron 108 récords mundiales (Tomás, 2009).

En un primer momento, la FINA prohibió los bañadores fabricados íntegramente por poliuretano, aduciendo que impedían conservar la integridad del deporte. Sin embargo, en junio del 2009, este organismo dio marcha atrás e incluyó los polémicos modelos en la lista de bañadores permitidos.

Después de que la FINA permitiese los bañadores de poliuretano, se dio por válido el récord del mundo de 50 metros mariposa conseguido por el español Rafa Muñoz en los Campeonatos de España de 2009. El nadador, que empleó un bañador *Jacked01*, fijó la plusmarca mundial en 22" 43', medio segundo por debajo de la anterior marca (Tomás, 2009).

Gracias a lo que algunas personas consideraron como la aprobación del “dopaje tecnológico”, los nadadores Alain Bernard y Frederick Bousquet consiguieron respectivamente los récords mundiales en 100 y 50 metros libres, durante el campeonato nacional de Francia en mes de abril de 2009.

En la actualidad, los nadadores que compiten sólo pueden hacer uso de bañadores que disponen del distintivo de la FINA, un sello de aprobación del cuerpo directivo que confirma que el traje de baño es legal para cualquier competición organizada por un organismo afiliado a la FINA. Las reglas están establecidas para que se garantice que el rendimiento humano y la capacidad atlética no sea eclipsada por la tecnología empleada en el traje de baño (Priddice, 2018).

De este modo, los trajes de baño y bañadores aprobados por la FINA no deben extenderse por debajo de la rodilla. Además, los trajes de hombre no deben de alargarse por encima del ombligo. La FINA también comprueba la “decencia del traje de baño”, eso es, que no debe ofender la moral ni el buen gusto. Los trajes de baño de hombre deben de ser de una pieza mientras que los de mujer pueden ser de dos piezas siempre que cumplan los criterios de decencia.

Las reglas de la FINA establecen que el espesor total del material no debe exceder 0.8 milímetros. Los trajes de baño y bañadores de competición para carreras de natación no deben tener un efecto de flotación superior a 0,5 Newton, y los materiales utilizados deben tener un valor de permeabilidad de más de 80 l / m² / segundo (Priddice, 2018). Además, Las cremalleras o cualquier otro sistema de sujeción están prohibidos. Las costuras están limitadas a sistemas funcionales y no deben crear formas externas.

Expansión del deporte entre más personas

Como se ha desarrollado en anteriores epígrafes, los medios de comunicación ocuparon un papel trascendental a la hora de difundir el deporte a lo largo del planeta. En este sentido, el perfeccionamiento de nuevas tecnologías en el ámbito audiovisual favoreció el uso de nuevos dispositivos por parte de los usuarios.

Los aficionados han sido y son una parte indispensable de la industria del deporte. La tecnología permite que el número de aficionados se multiplique y que un evento deportivo pueda verse, oírse o leerse desde cualquier parte del mundo (Sports Management School, 2019).

La innovación en la tecnología también permite un mayor acceso a las competiciones deportivas. La prensa permitió informar y dar a conocer los resultados de un evento, aunque sucediese en la otra parte del mundo.

La radio dio un paso más haciendo posible la escucha en directo lo que estaba aconteciendo. Con la televisión se pudieron ver las imágenes en movimiento de los eventos deportivos.

La llegada de Internet supuso una innovación que permite actualmente a cualquier aficionado poder disfrutar de un deporte a la carta, por muy minoritario que sea. Al mismo tiempo, las redes sociales abren la posibilidad de tener acceso a información en tiempo real en diferentes formatos: texto, audio y vídeo.

Resulta innegable afirmar que aparición de nuevas plataformas digitales ha favorecido el consumo de la información deportiva. El abanico de posibilidades a la hora de visualizar eventos deportivos es más amplio que nunca.

Arbitraje y decisiones más justas

La tecnología ha ayudado a tomar decisiones más justas en los arbitrajes de cualquier deporte. La presente investigación abarca el videoarbitraje o VAR, sin embargo, existen otros sistemas como la Detección Automática de Goles (DAG) que se aplican en el fútbol y que pueden usarse para determinar si se ha llevado a cabo un gol o no. Su misión persigue beneficiar las decisiones de los árbitros (IFAB, 2020: 44).

Se consideró que la misión de esta tesis no consiste en llevar a cabo una recopilación minuciosa de todos los sistemas tecnológicos que han favorecido o ayudado al arbitraje. Aun así, sí que se ha centrado el foco en las técnicas basadas en la visión de vídeos a través de ordenadores, las cuales han ocupado un papel trascendental (Gómez Correa et al., 2014: 11).

El videoarbitraje en el fútbol consiste en un sistema de asistencia arbitral que tiene el propósito de evitar posibles errores humanos que resulten clamorosos y que puedan condicionar el rumbo o el resultado del juego. Como ya se ha indicado, su aplicación en el fútbol de manera oficial necesitó varios años de discusión y su incorporación definitiva no estuvo exenta de polémica.

Esta investigación ha tenido como objetivo principal establecer un análisis de las informaciones publicadas por los medios digitales *As* y *Marca* en torno al videoarbitraje. Con ello se ha pretendido indagar en profundidad sobre las opiniones sobre las decisiones tomadas tras la aplicación oficial de esta tecnología de vídeo en el fútbol profesional.

El desarrollo de las repeticiones de imágenes por vídeo ha evolucionado tanto en los últimos años que los organismos e instituciones competentes decidieron contar con esta tecnología en varios deportes de manera oficial.

En un futuro, sería interesante ahondar en nuevas investigaciones en torno a esta materia. Dichas investigaciones podrían comprobar de primera mano si realmente la tecnología ha provocado innovaciones favorables en el arbitraje y tomas de decisiones más justas. Con ello, se podría refutar la hipótesis de que la aplicación del sistema VAR ha supuesto un beneficio testado en las competiciones de fútbol profesional.

Cualquier deporte y cualquier competición, cuenta con una serie de normas o reglamentos preestablecidos. Dichas normas han de cumplirse para que los resultados sean considerados válidos por los organismos oficiales. Se parte de la base de que el ojo humano no es infalible y el margen de error puede incrementarse de manera exponencial si está influido con errores como el cansancio o los ángulos complejos de visión (Sports Management School, 2019).

El hecho de que el margen de error sea menor o mayor es de vital importancia para decidir el resultado final o quién debe de ser descalificado en una competición. Se considera que el ojo humano no consigue captar ciertas diferencias que son especialmente sutiles pero que, sin embargo, pueden ser determinantes.

Existen varios sistemas tecnológicos que se han aplicado en torno al vídeo. Se pueden encontrar los sistemas de cámara superlenta, el circuito de vídeo cerrado o, más recientemente, la tecnología VAR o videoarbitraje.

Como se ha dicho, el margen de error cero resulta posible de alcanzar, pero con la aplicación de estos sistemas se han reducido las posibilidades de error de forma drástica.

El deporte de élite ha podido adaptarse a las nuevas circunstancias reduciéndose así las posibilidades de la polémica. No hay que olvidar que el deporte mueve grandes cifras de dinero y por ello, es evidente el interés de diferentes empresas sobre que los organismos y autoridades aprueben una cierta tecnología u otra.

3.2 Evolución histórica en el fútbol. Las normas e instituciones que lo regulan

El fútbol es el deporte más popular del mundo. Es considerado el deporte rey (Blasco Ruiz, 2006: 351). Si bien es común situar su origen en el siglo XIX, cuenta con numerosos antecedentes e influencias que lo precedieron hasta su creación definitiva.

Se sabe que en la antigüedad nacieron numerosos juegos relacionados con patear un balón. En la Antigua China, por ejemplo, a finales del S.III a.C. se practicaba el “Cuju” el cual consistía en lanzar con el pie, rodilla, pecho o espalda una bola de cuero a una red colocada entre largas varas de bambú (Campos, 2017: 52).

En el Extremo Oriente surgió el “Kemari”. Se trataba un juego practicado en Japón desde el siglo VI d.C. Consistía en impedir que una pelota tocara el suelo con la ayuda de los pies mediante pases entre un grupo de jugadores (Campos, 2017:52).

Los griegos, como se ha comentado en anteriores epígrafes, dieron gran importancia al deporte y consideraron el culto al cuerpo como una parte esencial de la vida de los individuos. Con ello nacieron los Juegos Olímpicos. En la actualidad, se siguen desarrollando estos y otros muchos eventos multitudinarios que concentran un gran número de deportistas y aficionados de todas las partes del mundo.

Otro precursor del fútbol moderno fue el “Harpastum”, un juego vinculado al entrenamiento militar y llevado a cabo por legionarios romanos destacados en Britania en el año 43. Los romanos expandieron su modelo de juego al invadir las Islas Británicas. Su inclusión en Gran Bretaña fue la que inició una serie de actividades que evolucionaron hasta convertirse posteriormente en el fútbol y el rugby que se conocen en la actualidad (Campos, 2017: 52).

En Italia comenzó a practicarse el llamado “Calcio florentino”, una forma primitiva de fútbol reglado originaria del Siglo XVI. Este deporte aún se practica en la actualidad en

algunos lugares de este país. Del “Calcio” se llevaron varias ideas a Gran Bretaña donde se comenzó a practicar juegos menos violentos y sometidos a ciertas reglas. Una de ellas era el empleo prioritario de los pies a la hora de patear el balón (Campos, 2017: 52).

En 1848 varios colegios de Gran Bretaña crearon el “Código Cambridge” el cual es considerado en la actualidad como el primer código del fútbol moderno. Dicho código contenía ciertas reglas que prohibían la utilización de las manos, así como los empujones entre los jugadores. Las llamadas “Reglas de Sheffield” incluyeron asimismo nuevas normas como los saques de esquina o los tiros libres después de cada falta.

El 26 de octubre de 1863 se reunieron en Londres los principales clubes y escuelas de fútbol dando origen a la “Football Association” (FA). Nació el primer organismo que regulaba el fútbol en base a catorce reglas. Su principal objetivo fue la eliminación de la violencia. Este hecho provocó que los seguidores del deporte, que hoy en día se conoce como Rugby, se desligaran de esa forma deportiva (Campos, 2017: 53).

Con el fin de reforzar el cumplimiento de las reglas establecidas, se fundó en el año 1886 la International Football Association Board (IFAB), un nuevo organismo que incluía a todas las asociaciones de fútbol de Inglaterra (Football Association), Escocia (Scottish Football Association), Gales (Football Association of Wales) e Irlanda (Irish Football Association).

En 1913, la IFAB aceptó como miembro a la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) la cual se había consagrado por otra vía como el órgano rector del fútbol mundial desde 1904. A partir de esta inclusión, la FIFA se mantuvo hasta la actualidad como organizador de competiciones y modificador de las reglas del fútbol (Campos, 2017: 54).

En España, el fútbol se fue abriendo paso a través de los trabajadores británicos que llegaron al país principalmente por la provincia de Huelva para trabajar en el parque Minero del Riotinto.

Los inmigrantes popularizaron un juego que fue expandiéndose por todo el territorio español. En 1912 nació la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Y en 1984 se constituyó la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP).

Dos años más tarde, en el 1915, Miguel de Unamuno abordaba la desnaturalización deportiva del llamado *foot-ball*, indicando que se había rendido al exhibicionismo y al puro espectáculo (Unamuno, 1915: 18). Ese mismo año se creó el Colegio Catalán de Árbitros de Fútbol. Hasta entonces, en España, este deporte había estado arbitrado por aficionados.

El reglamento que sistematiza el fútbol ha sido modificado en numerosas ocasiones. En general, las modificaciones han estado encaminadas al hecho de conferir al árbitro más autoridad, aunque a su vez le han asignado más deberes y cometidos los cuales debe realizar durante los partidos.

Como se ha indicado, el fútbol se practica en todos los países a diferentes niveles. En todas las partes se siguen las mismas reglas de juego, bien sea en un partido de la Copa Mundial de la FIFA o en un encuentro infantil disputado en un pueblo remoto (Reglas de Juego IFAB, 2020: 11).

3.3 Instituciones que regulan el fútbol a nivel internacional y nacional

Para este trabajo, se han querido mencionar algunas de las entidades más importantes encargadas de administrar y gobernar el fútbol. Este hecho resulta imprescindible para entender de manera óptima la aplicación oficial definitiva del videoarbitraje en los encuentros profesionales de las competiciones más importantes del mundo.

La International Football Association Board (IFAB) es una de esas entidades trascendentales que regulan el fútbol. Esta institución se creó en 1886 en Londres e incluye, en la actualidad, las cuatro asociaciones de fútbol más importantes de Gran Bretaña (ver epígrafe anterior) y también incluye a la FIFA, entidad que se incorporó en el año 1913 a la IFAB.

La Fédération Internationale de Football Association (FIFA) es otro de los organismos más populares y fundamentales cuya misión es la regularización del fútbol a nivel mundial. Se fundó en el año 1904 y su sede está en Zúrich (Suiza). Su nombre en francés y su acrónimo, FIFA, se ha mantenido incluso más allá de los países francófonos. El presidente actual de la FIFA es el abogado italo-suizo Gianni Infantino, el cual lleva en el cargo desde el 26 de febrero del 2016. La FIFA engloba más de 200 asociaciones habiendo más naciones con equipos de fútbol que de cualquier otro deporte (Brown, 2021).

Otra de las instituciones relacionadas con el deporte rey es la la Union des Associations Européennes de Football, más conocida por sus siglas UEFA. Se trata de la confederación de asociaciones europeas de fútbol. Representa el máximo ente de este deporte en el continente europeo. La UEFA se fundó el 15 de junio de 1954 y su sede se ubica en Nyon (Suiza). La competición más prestigiosa organizada por este organismo es la Champions League donde participan los clubes de fútbol más prestigiosos de fútbol de Europa. La UEFA también se encarga de otras competiciones de vital trascendencia en el fútbol como la Eurocopa disputada entre los equipos de los países de este continente.

La misión de la IFAB ha consistido en definir las reglas del fútbol a nivel mundial, así como sus futuras modificaciones. Este organismo ha actuado, por tanto, como el guardián independiente de las llamadas “Reglas de Juego” o “Laws of the Game” (IFAB, 2020: 12).

En enero del año 2014, la IFAB se consagró de forma oficial como una asociación con total independencia. Ese hecho supuso un cambio trascendental. Se configuró una administración propia y una nueva sede acompañada de unos estatutos propios que redefinieron su propósito (IFAB, 2020: 9).

Para poder llevar a cabo su misión, la IFAB busca, por encima de cualquier cosa, proteger y fortalecer el espíritu y la simplicidad de este deporte (IFAB, 2020: 11). En las Reglas de Juego 2020/2021 de la IFAB se puede leer:

El balompié debe tener Reglas que hagan que el juego sea “limpio”: la deportividad es un elemento fundamental de la belleza del deporte rey a la par que una característica vital de su “espíritu”. Los mejores partidos son aquellos en los que el árbitro raramente tiene que intervenir, ya que los futbolistas compiten mostrando respeto hacia sus compañeros, rivales, las Reglas y los colegiados. (IFAB, 2021: 9)

En el año 2014 se introdujeron nuevos elementos en la IFAB que fueron los *Football Advisory Panels* (FAP) o los *Technical Advisory Panels* (TAP). Estos nuevos elementos consistían en grupos de discusión integrados por individuos con prestigio dentro del fútbol como futbolistas y árbitros de gran experiencia en la materia.

Posteriormente, durante los años 2016 y 2017, se hizo una revisión del “Law book” o “Libro de las reglas del fútbol” que tuvo la finalidad esbozar nuevas líneas sobre la evolución futura del juego. En las Reglas de Juego 2020/2021 de la IFAB se puede leer:

Las Reglas del fútbol son relativamente sencillas en comparación con las de otros deportes de equipo, pero dado que muchas situaciones son “subjetivas” y que los árbitros son humanos y por lo tanto comenten errores, siempre habrá decisiones que den lugar al debate y a la discusión. (IFAB, 2021: 9)

Hay actores que ejercen cierta autoridad en el mundo del fútbol. En especial los jugadores, los entrenadores y los capitanes de los equipos. Ellos tienen un alto grado de responsabilidad respecto a los árbitros y sus decisiones.

En España, el Comité técnico de árbitros (CTA) es la entidad al que corresponde la aplicación y mejora de las normas sobre el videoarbitraje. En la actualidad, Carlos Velasco Carballo es el presidente del CTA y Carlos Clos Gómez, es el director del Proyecto VAR.

Las ruedas de prensa llevadas a cabo por el CTA en la sede de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) en Las Rozas han sido de gran trascendencia para comprender mejor el funcionamiento del videoarbitraje en el desarrollo de este trabajo de investigación.

En las reuniones con periodistas, los miembros del CTA han explicado que la finalidad que persiguen los árbitros con la aplicación del videoarbitraje es la “búsqueda del error cero”, aunque sea imposible de alcanzar. Aún así, los árbitros no cesan en su empeño de unificar criterios y de rebuscar vías de mejora para el que el juego sea más justo y no pierda su espectacularidad.

Desde el CTA se consideran especialmente autocríticos. Su misión, desde que se aprobó el VAR de forma oficial en la temporada 2018/2018, ha sido revisar todas las jugadas para la mejora continua. Además, desde este organismo ofrecen una serie de datos estadísticos para informar a la audiencia, a los medios de comunicación y al público en general. El hecho de aproximar la información de los árbitros a todos estos públicos hace que se tenga una idea más clara de sus funciones y de su rendimiento.

En la temporada 2019/2020, se revisaron más de 4000 clips de vídeo por parte de la Comisión técnica del CTA. Por su parte, los árbitros revisaron más de 900 clips de vídeo. Esto explica la ardua labor que han llevado estos profesionales pertenecientes al CTA.

3.4 La llegada del videoarbitraje al fútbol

La IFAB aprobó de forma oficial, en su reunión 130, con fecha del 5 de marzo de 2016, la realización de experimentos sobre el uso del vídeo, como ayuda a los árbitros oficiales de cada partido, en determinadas situaciones.

Los experimentos se realizaron sucesivamente en dos fases. Los resultados de la primera fase se presentaron en la reunión 131 de la IFAB en 2016 y los de la segunda fase en la reunión 132 de la IFAB. Desde esa fecha, la IFAB junto a la FIFA, estipularon un período de prueba mínimo de dos años para la ejecución, mejora y corrección de fallos en torno al uso del vídeo. Posteriormente este sistema se aplicó en el Mundial de Fútbol en Rusia, en el verano del año 2018 (Armenteros et Al., 2020: 8).

El uso de la tecnología de vídeo para apoyar el arbitraje no es algo nuevo en el deporte. Ha transcurrido ya más de un siglo desde que se implantara el famoso *Photo finish* en el atletismo, o el *Instant Replay* (IR, en sus siglas en inglés) en la National Basketball Association (NBA) así como en el baloncesto europeo para corregir errores.

La tecnología de vídeo se sigue empleando hoy en día en deportes como el rugby o el hockey para evitar fallos arbitrales. Otro ejemplo: desde el 2006 se instauró el sistema *Hawk-Eye*, también llamado *Ojo de Halcón* en español, para corregir los errores de los árbitros de silla en el tenis.

El primer partido de fútbol que empleó el sistema videoarbitraje se disputó en Nueva Jersey (Estados Unidos) el 12 de agosto del 2016. También se llevó a cabo el uso del VAR en la Copa Mundial de Clubes, disputada entre el 8 y el 18 de diciembre de 2016. Los colegiados se apoyaron en esta nueva tecnología para tomar decisiones en el resultado de los encuentros.

El Mundial de Rusia se inició el 14 de junio de 2018 y finalizó el 15 de julio del mismo año. En dicho evento deportivo de alcance planetario se generó una gran expectación por

descubrir de primera mano el funcionamiento de una nueva tecnología que afectaría directamente a las reglas del juego del fútbol.

En el partido inaugural del Mundial de Rusia hubo más expectación informativa por saber el impacto del videoarbitraje que el juego que se desarrolló entre las dos selecciones que se enfrentaron ese primer día de competición. Los contrincantes fueron Rusia y Arabia Saudita.

Tras la experiencia del uso del VAR durante el Mundial de Rusia, Gianni Infantino, presidente de la FIFA, aseguró que nadie podría imaginar un mundial futuro sin VAR, a partir de lo acontecido en el año 2018. Esta nueva tecnología estaba logrando facilitar un fútbol más limpio, honesto, transparente y justo.

La asistencia por vídeo al árbitro se utilizó en España por primera vez y de manera oficial durante la final de la Supercopa entre el Sevilla F.C. y el F.C. Barcelona, el 12 de agosto de 2018. Más de cuatro millones de telespectadores conectaron con Televisión Española para visualizar ese encuentro de fútbol. Por otro lado, fue durante la temporada 2018/2019 cuando la LFP aprobó el uso oficial de la tecnología VAR en la primera división o Liga Santander.

3.5 Las dificultades en la aplicación del videoarbitraje

El sistema de videoarbitraje implementado por la FIFA en el fútbol ha sido protagonista en numerosas informaciones de diversas plataformas. Sufrió un gran número de críticas durante los primeros meses de su aplicación (Mundo Deportivo, 2016).

Como ya se indicó en el anterior epígrafe, el fútbol fue uno de los últimos deportes en aplicar la revisión de vídeo. Un hecho que no sirvió para ahuyentar la polémica generalizada entre defensores y detractores de la aplicación de esta nueva herramienta (Mundo Deportivo, 2016).

Los organismos oficiales han manifestado a lo largo del tiempo cierta oposición a las innovaciones tecnológicas en el fútbol, aunque siempre han perseguido la justicia deportiva (Armenteros et al., 2020: 8).

Debido a su naturaleza global, cualquier controversia en un determinado encuentro masivo de fútbol genera una gran repercusión informativa que se traslada a múltiples esferas mediáticas. En este sentido, los árbitros han sido considerados como los responsables de los errores y, básicamente, de las frustraciones de los fans durante mucho tiempo (Armenteros et al., 2020: 8).

El árbitro es el encargado de aplicar el reglamento y la autoridad que debe determinar la validez legal de una acción individual o grupal. Dada la complejidad de su tarea, su figura suele ser polémica. Con frecuencia el árbitro es objeto de acerbos críticas y de reacciones emocionales por parte de deportistas, del público e incluso de otras personas o instituciones. Entre estas últimas se encuentran los medios de comunicación vinculados al deporte (Caracuel et al., 1994: 6).

Los árbitros de fútbol han de tomar decisiones rápidas que pueden estar influenciadas por múltiples factores como el público, el contexto social en el que se desarrolla un partido de fútbol o la rivalidad existente entre los dos equipos. En este sentido, la llegada del

VAR supuso una reordenación de todos estos elementos que influyen en el desarrollo del encuentro (Han et al., 2020: 2).

De aquí surge la importancia de incluir en este estudio científico, además del tratamiento de la información por parte de los medios de comunicación, las diversas reacciones de los profesionales de la información en torno a esta nueva ayuda tecnológica y asistencia de vídeo en las competiciones.

Para la ejecución del nuevo “Gran hermano del fútbol” fue necesario un tiempo de adaptación pese a que la filosofía primordial sobre la que se apoyaban los organismos competentes de regularlo, sobre todo por parte de la IFAB, era la de “mínima intervención y máximo beneficio”. En países como Alemania, el VAR tuvo que ajustarse a una serie de modificaciones tras su implantación oficial en la Bundesliga, la liga alemana.

La inclusión del videoarbitraje fue progresiva en España. Su instalación se produjo a partir de una serie de pruebas o ensayos. Su llegada definitiva generó una gran cantidad de informaciones y opiniones en los medios de comunicación.

Ciertos jugadores, entrenadores, directivos manifestaron públicamente opiniones desfavorables en el modo en el que se estaba instaurando esta nueva tecnología en sus inicios (Armenteros et al., 2020: 7).

A través de encuestas y de diversas consultas por parte de los organismos oficiales y de los agentes implicados en el desarrollo del fútbol a nivel mundial, se pudo concluir que la aplicación del videoarbitraje conllevaba a que el juego fuese más justo (Armenteros et al., 2020: 7).

Las conclusiones del estudio llevado a cabo por Ibai Errekagorri, Julen Castellano, Ibon Echeazarra y Carlos Lago-Peñas sobre los efectos del VAR en el tiempo de juego y en la actuación técnica, táctica y física del fútbol de élite demuestran que el VAR en el fútbol profesional apenas modifica el juego (Errekagorri et al., 2020: 1).

La tesis doctoral, como luego se analizará en la segunda parte, ha incluido las opiniones sobre el tratamiento de las informaciones por parte de los profesionales que han sido testigos de primera mano del desarrollo de la aplicación de este nuevo agente como parte inevitable del juego.

Para ello, a lo largo de esta investigación, se ha optado por consultar a profesionales en activo que han manifestado su opinión sobre las características de las informaciones publicadas en torno al videoarbitraje o VAR en los medios de comunicación donde han llevado a cabo su desempeño profesional. Los resultados han sido analizados de forma estadística y se explicarán en detalle.

3.6 Consecuencias del VAR. La influencia de las repeticiones de vídeo en el fútbol: el *replay*

El fútbol se convirtió en un evento deportivo masivo de alcance internacional gracias a los medios de comunicación. Es necesario resaltar la importancia de la televisión como pilar fundamental puesto que, desde su nacimiento, estuvo vinculada a los deportes. Con su gran impacto audiovisual en el espectador, este instrumento jugó y está jugando un papel crucial para la expansión del fútbol, como así se ha comentado en anteriores epígrafes (Armenteros et al., 2020: 102).

Dando un paso más, el hecho de llegar a cualquier rincón del planeta con las imágenes de un determinado evento deportivo generó el nacimiento de una gran afición en torno a las diferentes disciplinas deportivas. El fútbol se convirtió en espectáculo deportivo más importante por sus características y por los grandes beneficios económicos que comenzó a generar (Armenteros et al., 2020).

Como se ha especificado a lo largo de esta investigación, la llegada del VAR supuso nuevos cambios a nueva a la hora de concebir el fútbol como deporte e implicó nuevas variaciones cuando se considera al fútbol como espectáculo televisivo.

Asimismo, se ha de considerar que el fútbol requiere una narrativa que genera emoción la cual se alcanza a través de las propias Reglas de Juego. Integrar las reglas del fútbol, así como su adaptación a los estándares de la televisión, supuso un importante obstáculo que tuvieron que sobrepasar productores de televisión, directores y periodistas.

En el libro *The use of Video Technologies in Refereeing Football and Other Sports* (2020) los autores Alberto Luis García García y Manuel Sánchez Cid señalan que la principal herramienta para alcanzar la convergencia entre deporte, televisión y espectáculo periodístico siempre ha sido la repetición (*replay*, en inglés). Como señalan los autores, el *replay* se trata de un instrumento que ha permitido la transformación del fútbol

televisado en un evento global con la capacidad de atraer a fans de todas las culturas y condiciones sociales.

Las repeticiones de vídeo son, por lo tanto, elementos necesarios para articular una narrativa que busque la máxima emoción en conformidad con las reglas del juego. La longitud, el orden y el tipo de repeticiones son diferentes entre los distintos canales de televisión encargados de emitir las imágenes y embelesar al espectador.

Es cierto que la posición de las cámaras y las reglas sobre las grabaciones son impuestas por la FIFA y la UEFA en las principales competiciones y este hecho contribuye a que no se aprecien apenas diferencias entre el uso de las imágenes por los diversos canales de televisión (Armenteros et al., 2020: 102).

Benítez (2013) señala que en el guión que siguen las retransmisiones deportivas es garante de proporcionar pausas para el espectador televisivo. Los cambios en la trama de los acontecimientos implican giros inesperados lo que implica un ingrediente de emoción interesante que se aplica en la retransmisión de otros deportes. El guión nunca ha sido definido totalmente y, por lo tanto, cada deporte tiene una particularidad que hace que su grabación de vídeo sea específica. Mediante la repetición de vídeo es posible hacer hincapié en los detalles más relevantes acontecidos en un determinado encuentro deportivo.

El tiempo se detiene con cada repetición y, por lo tanto, se genera una curiosidad o emoción en el espectador. Este hecho tiene un gran impacto en torno al modo en el que un deporte es vivido y que no podría ser entendido sin repeticiones de vídeo (Armenteros, 2020: 102).

Según lo señalado por Armenteros et al. (2020: 103), se puede decir que la creación del discurso en el fútbol está basada en la introducción de repeticiones o *replays* que funcionan como un eje estructural que proporciona la continuidad necesaria para el espectáculo televisivo.

De igual manera, resulta interesante tener presente el hecho de que el espectáculo no termina tras el pitido final de un partido de fútbol. Tras el pitido final, se produce un importante análisis de todo lo acontecido desde diferentes puntos de vista en programas que cuentan con especialistas en análisis futbolístico.

En el libro *The use of Video Technologies in Refereeing Football and Other Sports* (2020) se explica la importancia del análisis del arbitraje de los partidos de fútbol. Los organismos arbitrales encargados de las competiciones deportivas analizan toda la información grabada a través de las cámaras de vídeo.

Las decisiones que se hayan tomado durante el encuentro en directo con el uso del videoarbitraje, junto a las repeticiones, hacen que se creen una gran variedad de escenarios de opinión y confrontación que convierten el deporte en puro entretenimiento para el espectador. En muchas ocasiones, este clima puede desvirtuar la esencia del juego (Armenteros et al., 2020: 103).

La introducción del videoarbitraje o VAR ha estado precedida de las repeticiones de vídeo y del contexto de opinión generado tras las mismas. La llegada del VAR ha provocado un cambio importante en la relación del espectador con el deporte fútbol. Los *replays* o repeticiones de vídeo se utilizan como una herramienta para juzgar y no para evaluar, mientras que se ha incrementado el nivel de información aportada con la consecuencia de la pérdida de emoción (Armenteros et al., 2020).

Algunos autores como Alberto Luis García García y Manuel Sánchez Cid señalan que el VAR en el fútbol ha traído fiabilidad, veracidad y autenticidad al juego y a las actuaciones de los jugadores. De esta forma, el discurso narrativo que se genera implica más parámetros técnicos en detrimento de las interpretaciones emocionales generadas tras la visualización de las repeticiones de vídeo.

Se ha de recordar que la construcción de un determinado discurso depende de la selección que se hayan realizado de las repeticiones de vídeo durante la retransmisión de un partido. Por consiguiente, el recurso técnico de las repeticiones de vídeo ayuda a crear una narrativa específica de cualquier espectáculo global.

El VAR ha generado mucho debate y según Alberto Luis García García y Manuel Sánchez Cid ha estado implícito en la construcción narrativa de la historia desde el principio de los tiempos.

Sin embargo, la materialización técnica del VAR solamente fue posible desde que las instituciones como la IFAB permitieran que se establecieran pruebas oficiales con la herramienta desde el año 2016.

La audiencia, como elemento vital en la construcción de cualquier historia, ha demandado este sistema y ese este hecho el que asegurará el éxito del VAR en las retransmisiones deportivas.

3.7 Casos de éxito de tecnología con revisiones de vídeo en otros deportes

Existen otros deportes que han aplicado la tecnología de vídeo antes que el fútbol. Estos han sido el baloncesto, el tenis, el pádel, el fútbol americano o el hockey hierba. Se ha querido hacer una breve explicación de los sistemas de tecnología de vídeo en cada uno de estos deportes.

Las normas para solicitar la revisión de vídeo son desiguales en cada deporte puesto que cada actividad deportiva y cada competición tienen sus particularidades. La regulación oficial de las normas en cada uno de esos deportes depende de las instituciones que los gobiernan.

En Hockey Hierba, por ejemplo, el sistema de videoarbitraje es parecido al de la National Fútbol League (NFL). Cada técnico tiene una oportunidad de revisar una jugada en cuestión. Si vence dicha “disputa” se podrá volver a solicitar la revisión del vídeo. Si, por el contrario, se pierde, no se podrá volver a contar con esa posibilidad. No hay por tanto un número indefinido de ocasiones en las que se pueda solicitar dicha revisión.

La finalidad de poner estos límites consiste en no interrumpir los juegos de forma frecuente en detrimento de la espectacularidad y la paciencia del espectador. A continuación, se describe el funcionamiento del videoarbitraje en algunos de los deportes de más repercusión a nivel mundial.

3.8 El videoarbitraje en el baloncesto

Videoarbitraje en el baloncesto profesional de Estados Unidos

La *National Basketball Association* (NBA, en sus siglas en inglés) es una liga privada de baloncesto profesional que se disputa en Estados Unidos desde el año 1949. Esta competición ha llevado a cabo numerosas innovaciones tecnológicas entre las que se encuentra el *Precision Timing System* (PTS, en sus siglas en inglés). Se trata de un dispositivo por el cual el silbato del árbitro está conectado a un reloj. De esta manera, la pausa y el inicio del tiempo son más precisas (Armenteros et. Al., 2020: 121).

El *Instant Replay* (IR) comenzó a usarse en la NBA en la temporada 2002/2003 y desde su aplicación ha habido defensores y detractores de la herramienta, como así ocurrió con VAR en el fútbol.

En la actualidad, este sistema forma parte del juego y algunos autores como Jacob Tingle afirman que esta tecnología “ha venido para quedarse” (Armenteros et al., 2020: 132).

Los colegiados en el baloncesto pueden valerse de la tecnología de vídeo en varias situaciones como fueras de banda, para comprobar si un tiro es de dos o tres puntos, o para determinar si un lanzamiento ha entrado antes de que sonara la bocina. El sistema se aplica tanto en la Euroliga como en la NBA.

Videoarbitraje en el baloncesto profesional de España

La Asociación de Clubes de Baloncesto (ACB), conocida por motivos de patrocinio como Liga Endesa, es la principal liga de baloncesto profesional de España. La ACB tomó las riendas de este deporte en la temporada 1983-1984 en sustitución de la Federación Española de Baloncesto.

La llegada de la compañía Canal+ en 1990 con potentes recursos tecnológicos hizo que las retransmisiones de esta competición fuesen de gran calidad (Armenteros et. al., 2020: 107). Las nuevas tecnologías de vídeo aplicadas por esta empresa instauraron el precedente para que naciese el llamado IR, esto es, el sistema de videoarbitraje que se emplea en el baloncesto por parte de los responsables arbitrales.

En el año 2015 nació Movistar+, una empresa que nueva que surgió tras la adquisición de Canal+ por parte de la empresa Telefónica. Movistar+ sería la encargada de gestionar los derechos de la ACB.

A partir de este momento, todos los partidos comenzaron a retransmitirse en calidad *High definition* (HD). Este hecho favoreció que en la temporada 2015/2016 ya se usase de manera oficial el IR en todos los partidos de baloncesto y durante la total duración de los mismos (Armenteros et. al., 2020: 108).

En el IR, la señal de cada partido es capturada por hasta siete cámaras. Después, dicha señal se visualiza por parte del árbitro en el monitor. La imagen no es una simulación como ocurre con el *Hawk Eye Sistem* del en el tenis o la tecnología de línea gol del fútbol (GLT, en sus siglas en inglés).

El árbitro revisa las imágenes sin tiempo límite. Sin embargo, siempre tiene en cuenta que los jugadores, entrenadores y el público están a la espera de su decisión. Cada entrenador tiene la capacidad de pedir una vez el uso del IR en cada partido. (Armenteros et. al, 2020: 114).

Cada año, las normas de la ACB se examinan. La llegada del IR tiene la finalidad de que el juego sea más justo y que los errores arbitrales no repercutan de manera decisiva en el resultado del juego (Armenteros et. al, 2020: 115).

3.9 Videoarbitraje en el tenis

En los deportes donde hay movimientos rápidos como en el tenis tiene sentido que se aplique tecnología como ayuda para corregir errores. Los sistemas de videoarbitraje se llevan usando en el tenis desde hace más de diez años (Armenteros et al., 2020: 132).

Cuando un jugador de tenis lleva a cabo el servicio, la pelota alcanza velocidades vertiginosas pudiendo llegar a los 200 kilómetros por hora. El récord de máxima velocidad del que se tiene constancia lo ostenta Sam Groth. Este jugador sirvió a 263 kilómetros por hora durante el torneo ATP Challenger en Corea del Sur en el año 2012 (Armenteros et al., 2020: 140).

Queda claro, por lo tanto, que la rapidez del juego propicia a que la labor de los jueces pueda ser dificultosa en determinadas acciones. Para ayudar a la toma de decisiones nació el *Hawk-Eye System*, también llamado *Ojo de halcón*. En este sistema, la señal es capturada por un número de cámaras de grabación en alta velocidad y se crea con una simulación virtual. Los hallazgos de Abramitzky et al. (2012) indican que los jugadores profesionales de tenis desarrollan patrones o reglas de decisión que les permitan alcanzar resultados óptimos.

Cada uno de los contrincantes de un partido tiene la posibilidad de reclamar el *Ojo de halcón* el cual determinará si una bola ha botado o no dentro del campo. Se pueden solicitar tres errores por cada set. Una vez alcanzados estos tres errores, el tenista no podrá volver hacer uso del *Ojo de halcón* hasta el próximo set.

Hay una excepcionalidad que se produce cuando los jugadores llegan en un set al *Tie break* y en ese caso los jugadores tendrán una oportunidad más de solicitar la aplicación del sistema en el partido.

Esta tecnología de vídeo no se emplea en todos los torneos y, en ocasiones, no todas las pistas de un mismo complejo deportivo están equipadas con el *Ojo de halcón*.

3.10 Videoarbitraje en el pádel

El pádel es otro deporte de raqueta cada vez más popular al que está llegando poco a poco la revisión por videoarbitraje. Esta tecnología busca una mayor precisión a la hora de determinar con exactitud lo acontecido en una determinada jugada (Padel Addict, 2020).

El juez de silla o “juez árbitro” es la única persona que puede acceder a una repetición. Después de la comprobación, aceptará o rechazará la decisión tomada previamente a la visualización. Dependiendo del torneo, las reglas pueden cambiar, pero por lo general cada pareja de pádel puede pedir dos repeticiones por set (Padel Addict , 2020).

La pareja de jugadores debe de solicitar la revisión por vídeo nada más producirse la duda. Como ocurre con otros deportes, si la pareja solicitante tiene razón, se contabilizará el uso de la repetición y el juez de silla tendrá que actuar en consecuencia.

Si, por el contrario, la pareja que solicita la revisión por videoarbitraje no tiene razón, se contabilizará ese uso de la repetición. El juez de silla mantendría en este caso la primera decisión.

Otro dato importante que destacar en cuanto al videoarbitraje de pádel es que el árbitro o juez de silla, siempre que lo desee, podrá solicitar la revisión para esclarecer su decisión tras la disputa de un punto en el que se albergan dudas (Padel Addict, 2020).

3.11 El videoarbitraje en el rugby

El videoarbitraje en el Rugby se denomina *Television Match Official* (TMO) y su origen se remonta al año 2001 (Borda, 2019).

Algunos autores señalan que el Rugby es uno de los deportes donde mejor se ha adaptado el sistema de revisión de vídeo (Borda, 2019). Sin embargo, otros estudiosos señalan que hay ciertas complicaciones a la hora de aplicar el videoarbitraje (Armenteros et al., 2020: 143).

Desde el año 2001, el TMO se aplicaba a las jugadas relacionadas con un ensayo. A partir de 2015, desde la Copa del Mundo de Inglaterra, esta tecnología comenzó a incorporar un propio sistema de *Ojo de halcón* (Borda, 2019).

Como ha ocurrido con otros deportes, la aplicación del TMO ha tenido detractores. La opinión de los opositores se fundamentaba en que se producían demasiados “parones” que condicionaban el ritmo del juego y, por tanto, su espectacularidad se veía limitada.

Sin embargo, el protocolo ha conseguido, con el paso del tiempo, que el arbitraje sea más justo y ha conseguido evitar que los errores arbitrales condicionen los resultados de los encuentros (Borda, 2019).

3.12 El videoarbitraje en la NFL

En la *National Football League* (NFL), también llamado “Fútbol americano” en España, los árbitros se encargan de revisar cualquier anotación o *Touchdown* además de cualquier pérdida o recuperación de balón para cerciorarse de que no existe un error garrafal tras la decisión arbitral.

Asimismo, entra otro factor importante en el videoarbitraje de este deporte. Resulta que los técnicos de ambos equipos tienen la oportunidad o *Challenge* de revisar cualquier jugada que deseen.

Si esa oportunidad de revisión se “gana”, se conserva la opción de volver a reclamarla. Por el contrario, si esa oportunidad se pierde, se castiga al equipo que la ha solicitado con la pérdida de un tiempo muerto.

En el caso de no contar con más tiempos muertos es inviable la solicitud de una nueva revisión de vídeo. Si tras la revisión de vídeo, no hay una evidencia irrefutable que contradiga la decisión arbitral, ésta se mantendrá, esté equivocada o no (Mundo Deportivo, 2016).

SEGUNDA PARTE. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA

4.1 Metodología. El análisis de contenido y el cuestionario.

Con la finalidad de estudiar el tipo de piezas informativas y de opinión publicadas por los digitales *As* y *Marca*, se llevó a cabo un análisis de contenido (Neuendorf, 2002; Bardin, 1996; Krippendorff, 1980; Berelson, 1952). Asimismo, se empleó un cuestionario para recabar información de periodistas de *As* y *Marca* en torno a las publicaciones sobre videoarbitraje de dichos medios especializados (Cárdenas, 2018).

Se escogieron estos dos medios de comunicación porque fueron los que tuvieron mayores visitantes únicos en cuanto a información deportiva (AIMC, 2020: 64).

A lo largo del trabajo, se recurrió a la estadística descriptiva e inferencial (Navarro, 2015) para averiguar si existían diferencias estadísticamente significativas entre el tratamiento informativo de ambos medios de comunicación digitales.

4.2 Análisis de contenido

El análisis de contenido comenzó a emplearse como instrumento de estudio de las comunicaciones en torno a los años cincuenta en los Estados Unidos (González, 2004: 23). Se puede hacer una revisión más amplia de la utilización de esta metodología en diversos capítulos de autores que lo han abordado. De esta forma, Berelson (1952: 18) se refiere al análisis de contenido como “una técnica capaz de facilitar una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”.

Por su parte, Krippendorff (1997: 28-32) define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse en su contexto” y añade que “cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos, y justificarse en función de este”.

Resulta interesante señalar que existe un abanico de posibilidades para llevar a cabo un trabajo empleando la técnica de análisis de contenido. Krippendorff (1980: 1) indica que no hay dos análisis de contenido iguales y que se trata de una técnica que se lleva aplicando más de setenta años. Otro autor, Weber (1990: 20) recuerda que las reglas de este tipo de análisis varían en función de los intereses teóricos y particulares de cada investigador.

Con ello, como manifiesta Bardin (1996: 30) se ha de entender el análisis de contenido como un conjunto de técnicas de comunicaciones que ha de responder a una lógica de composición y forma, a un razonamiento y a unos criterios de fiabilidad (González, 2004: 23).

En análisis de contenido, usado de una forma adecuada, es una técnica poderosa de análisis de datos. Su mayor cualidad parte de la base de que se puede replicar

sistemáticamente para transformar un grupo de palabras de un texto en un subgrupo de categorías menores aplicando técnicas de código específicas (Stemler, 2000: 5).

En el caso de esta investigación, el análisis de contenido se desarrolló con la finalidad de poder estudiar las publicaciones de dos medios de comunicación españoles especializados en información y opinión de contenido deportivo.

Posteriormente, a través de la estadística, se quiso corroborar la hipótesis principal del trabajo, la cual defiende que sí existen diferencias estadísticamente significativas entre las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en los digitales *As* y *Marca* durante el periodo comprendido entre el 27 de noviembre de 2018 y el 27 de noviembre de 2019.

Para llevar el desarrollo del análisis de contenido se creó una ficha de contenido que se aplicó a todas las informaciones que conformaron la muestra. Se pueden establecer las siguientes fases que resumen el proceso de investigación:

- Primera fase. Sustracción y descarga de las publicaciones de *As* y *Marca*.
- Segunda fase. Análisis de contenido. Creación de las fichas de contenido.
- Tercera fase Análisis de todos los datos. Análisis descriptivo y análisis inferencial.

Durante las diferentes fases o etapas de la investigación, se llevaron a cabo técnicas descriptivas y exploratorias con el objeto de describir todas las publicaciones de forma analítica. Asimismo, se emplearon técnicas inferenciales cuyo objetivo consistió en generalizar los resultados obtenidos. El desarrollo de las tres fases fue cronológico. A continuación, se detalla cada una de ellas.

Primera fase. Sustracción de datos.

El programa que se empleó para extraer las piezas informativas de *As* y *Marca* relacionadas con el videoarbitraje fue *MyNews* (MyNews, 2004). Se trata de una hemeroteca digital especializada en documentación periodística que desde el año 1995

trabaja con sus clientes para recuperar, monitorizar y analizar los contenidos publicados en la prensa.

Se seleccionaron todas las piezas informativas (noticias, artículos de opinión, crónicas, reportajes, entrevistas, etc.) que incluían los términos “videoarbitraje” y/o “VAR” en alguna parte de su texto publicadas entre el 27 de noviembre del 2018 y el 27 de noviembre del año 2019 en los dos medios de comunicación digitales españoles con mayor difusión en cuanto a información deportiva, esto es, *As* y *Marca*.

Los términos “videoarbitraje” o “VAR” se localizaron en el titular, en el subtítulo, en el cuerpo de la publicación o incluso integrado en una infografía o gráfico de cada una de las piezas periodísticas.

El buscador propio de *MyNews* identificó 4.756 publicaciones de *As* y de *Marca* en el período de tiempo delimitado. Por lo tanto, el corpus o universo estuvo integrado por esas 4.756 publicaciones digitales de ambos medios.

Segunda fase. Análisis de contenido. Creación de fichas de contenido.

Sobre el universo de las 4.756 informaciones se seleccionó una muestra aleatoria de 356 piezas informativas. Para que la selección muestral fuese aleatoria, se empleó una aplicación web llamada Al Azar (Al Azar, 2020).

Se eligieron las 356 piezas para la representación de la muestra porque fue el número necesario para obtener un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% según la ecuación estadística para proporciones poblacionales finitas (Morales-Vallejo, 2012: 6). En la *Ilustración 1* se expone dicha ecuación.

Ilustración 1. Ecuación estadística para proporciones poblacionales finitas

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Alaminos y Castejón (2006: 41) indican que el muestreo consiste esencialmente en “la posibilidad de establecer afirmaciones sobre un conjunto de elementos partiendo de un número limitado y menor de elementos”. Esta definición no es novedosa para la actividad científica dado que efectuar una aseveración general partiendo de una evidencia particular es conocida como “generalización empírica” y esto forma parte fundamental de todo método científico (Alaminos y Castejón, 2006: 41).

Posteriormente, se utilizó del programa *Open Refine* (Open Refine, 2016) sobre la muestra de informaciones. *Open Refine* es de una herramienta diseñada con el objetivo de corregir determinados errores o inconsistencias en el procesamiento de datos.

Durante la comprobación de cualquier tipo de incoherencias en todas las informaciones seleccionadas, se detectó que hubo publicaciones que no hacían referencia al fútbol profesional pese a que sí contenían los términos “videoarbitraje” o “VAR” en alguna parte del texto.

En concreto, se hallaron once informaciones que no versaban sobre fútbol profesional pero que sí trataron sobre baloncesto y rugby. Estas publicaciones se retiraron puesto que la investigación, como ya se explicó, se basó en publicaciones sobre el fútbol profesional. La muestra representativa definitiva estuvo integrada, tras la sustracción de esas once informaciones, por un total de 345 piezas periodísticas.

Con la intención de llevar a cabo el análisis de contenido, se elaboraron 345 fichas de o unidades de análisis.

Cada ficha de contenido de la muestra se diseñó y se elaboró en función de una serie de criterios específicos. Como señala Krippendorff (1997), desde el momento de comenzar el análisis, se vuelve fundamental la exigencia de elaborar y desarrollar un sistema de

categorías. Este sistema se basa en aplicar un proceso dinámico y abierto que se va cerrando y mejorando según se avanza en la investigación.

Krippendorff (1997: 42) explica que “el investigador quizá no pueda anticipar todas las categorías del análisis y las formas de expresión antes de haber obtenido y examinado el material”.

En el caso de este trabajo, la unidad de análisis se diseñó en base a doce variables. Cada una de estas variables tuvo una serie de categorías. A continuación, se explica cada una de ellas:

1. **Fecha de la publicación.**
2. **Medio digital en el que aparece cada publicación.** *As* o *Marca*.
3. **Sección dentro del periódico.** Se establecieron nueve categorías posibles para ambos digitales, siendo estas:
 - Portada
 - Champions League
 - Europa League
 - Liga Santander
 - Liga SmartBank
 - Fútbol internacional
 - Polideportivo
 - Opinión
 - Otros
4. **Género Periodístico.** Tras un estudio preliminar de todos los géneros posibles (Gomis, 2008: 12), se decidió que, en cada ficha de contenido, deberían aparecer cinco categorías de género periodístico. Fueron los géneros más empleados por *As* y *Marca* a la hora de abordar informaciones sobre videoarbitraje. Estos cinco géneros fueron:
 - Noticia
 - Crónica
 - Reportaje
 - Entrevista

- Opinión
5. **Elementos visuales acompañando el texto.** Esta variable fue dicotómica. Por lo tanto, sólo pudo tener dos categorías: sí o no. Se estableció que un “elemento visual” podría ser una “fotografía”, una “infografía” o un “vídeo”. Estos tres elementos se definen a continuación.
 6. **Fotografía.** Para esta investigación, se consideró la “fotografía” como “un documento no textual” (Muñoz Benavente, 1996: 41). Se contempló este elemento como un objeto no solamente a través del cual se puede obtener un goce estético, lúdico o didáctico, sino como un fenómeno complejo en el que se funden múltiples valores y funciones (Lara López, 2005: 4). Se decidió que una publicación determinada podía tener fotografía o carecer de la misma. Por este motivo, se estableció que la variable “fotografía” sería dicotómica. Por lo tanto, sólo podía albergar dos categorías posibles: sí o no.
 7. **Infografía.** Fue otra de las variables contempladas y que se definió como dicotómica. Por lo tanto, sólo pudo contener dos categorías: sí o no. Valero (1999: 123) explica que la infografía de prensa consiste en una aportación informativa, que se crea en un determinado periódico o medio de comunicación escrito. La infografía se elabora a través de elementos icónicos y tipográficos. Su fin es permitir o facilitar la comprensión de los acontecimientos, acciones o hechos de actualidad, así como algunos de los aspectos más trascendentales de una información u opinión. Asimismo, puede acompañar o incluso sustituir al texto informativo (Valero, 1999: 123).
 8. **Vídeo.** Se consideró que el vídeo como una tecnología de retransmisión de imágenes en movimiento la cual se aplica en la mayoría de las webs de entretenimiento y de información de Internet (Masip et al., 2010). En esta investigación, la variable “vídeo” fue dicotómica y por tanto pudo tener dos categorías: sí o no. Es decir, se estableció que las publicaciones podrían contener el elemento “vídeo” o carecer del mismo.
 9. **Tipo de autor.** Se establecieron tres categorías posibles para esta variable las cuales fueron: “redactor”, “experto y “agencia”. Se consideraron estas tres categorías posibles después de llevar a cabo un estudio previo en *As* y *Marca* de los autores predominantes a la hora de elaborar las publicaciones sobre videoarbitraje en el fútbol profesional. Se consideró como “redactor” a aquel

periodista especializado en información y opinión deportiva que pertenecía al plantel de periodistas de alguno de los medios de comunicación contemplados, *As* o *Marca*. “Entendemos pues por redactor al periodista que trabaja como empleado en un medio de comunicación” (Gomis, 2008:19). Por otro lado, se consideró el “experto” como un profesional externo a la plantilla de cualquiera de los dos medios considerados que emitió una información u opinión sobre el VAR. En tercer lugar, se estableció como “agencia” aquella categoría donde se incluyó la autoría de piezas informativas elaboradas por agencias de noticias como EFE o Europa Press (Galanes-Santos, 2020: 123).

10. **¿VAR tema principal?** Variable dicotómica con sólo dos categorías: sí o no. Se estableció esta variable a lo largo de la investigación porque se encontraron dos grupos de informaciones. Por un lado, se encontraron aquellas que sí abordaron el videoarbitraje como tema principal o prioritario alrededor del cual giraba el texto en cuestión. Por otro lado, se hallaron publicaciones que simplemente hicieron alusión a los términos “videoarbitraje” y/o “VAR sin profundizar en el mismo. Resultó conveniente hacer dicha distinción entre ambos grupos de publicaciones para poder profundizar sobre las características de cada conjunto.
11. **Sentimiento.** Se establecieron tres tipos de sentimientos posibles respecto al videoarbitraje que fueron: “neutro”, “positivo” o “negativo”. Se decidió que esta variable sólo podía admitir esas tres categorías. Se partió de la base de los contenidos de información masiva podían tener sentimientos diferentes y que, debido a ello, podían cambiar actitudes en las mentes de los consumidores (McCombs & Shaw, 1972). Se determinó que el sentimiento “positivo” fue aquel en el que un texto en cuestión abordaba las bondades y las ventajas del establecimiento del videoarbitraje en el fútbol profesional español. De este modo, aquellas publicaciones que manifestaron una desaprobación o repulsa hacia el VAR comprenderían un sentimiento “negativo”. Por último, aquellas informaciones que no manifestaron algún tipo de polaridad, o que simplemente hicieron mención sobre videoarbitraje, se las catalogó con un sentimiento “neutro”.
12. **Extensión por número de palabras.** Para medir el número de palabras que se podía albergar cada unidad de análisis, se creó una variable cualitativa denominada “intervalo de extensión de palabras” o “extensión por número de palabras”. De esta manera, se crearon cuatro tipos de intervalos posibles en

función del número de palabras que contenía cada texto (Seigoo, 2017). Estos intervalos fueron:

- Intervalo “corto”. Informaciones entre 0 y 300 palabras
- Intervalo “medio-corto”. Informaciones entre 300 y 500 palabras
- Intervalo “medio-largo”. Informaciones entre 500 y 1000 palabras
- Intervalo “largo”. Informaciones de más de 1000 palabras

La extensión por número de palabras de un determinado texto representa un factor de vital trascendencia en el posicionamiento SEO (*Search Engine Optimization*) el cual se llevan a cabo a través de buscadores de contenido en Internet como *Google* (Seigoo, 2017).

Se tuvo en cuenta que aquellos redactores que buscaron que sus artículos fuesen leídos y olvidados, emplearon una extensión que no superaba las 300 palabras en sus publicaciones (Seigoo, 2017).

Por otro lado, se consideró que los textos de 500 palabras eran buenos para el posicionamiento en buscadores y cada vez más habituales debido al funcionamiento de los algoritmos de plataformas como *Google*. Se tuvo en cuenta que dichas plataformas “premiaban” estos textos si su contenido era de calidad y si las palabras clave de éstos se elegían de forma escrupulosa (Seigoo, 2017).

Una vez que se elaboraron las 345 unidades de análisis que conformaron la muestra, se llevó a cabo una nueva limpieza de datos a través del programa *Open Refine* (Open Refine, 2016). Se corrigieron errores y se pudo obtener una base de datos más limpia y lista para su análisis.

A modo esquemático, se ha querido incluir la ficha de contenido o unidad de análisis que se empleó para estudiar las doce variables contempladas en la investigación. Los datos se recogen en la *Tabla 1*.

Tabla 1. Ficha de contenido o unidad de análisis

1	Fecha	
2	Medio digital en el que aparece la información	As, Marca
3	Sección dentro del periódico	Portada, Champions League, Europa League, Liga Santander, Liga SmartBank, Fútbol internacional,

		Polideportivo, Opinión, Otros
4	Género periodístico	Noticia, Reportaje, Crónica, Entrevista, Opinión
5	Elementos visuales acompañando el texto	Sí, No
6	Fotografía	Sí, No
7	Infografía	Sí, No
8	Vídeo	Sí, No
9	Tipo de autor	Redactor, Experto, Agencia
10	¿VAR tema principal?	Sí, No
11	Sentimiento respecto al videoarbitraje	Positivo, Negativo, Neutro
12	Intervalo de extensión de palabras	Corto, Medio-corto, Medio-largo, Largo

Como señala González (2004: 25), resulta innegable que en las piezas informativas se pueda recoger más contenido de lo que a simple vista se puede observar. El análisis de contenido se fundamenta, por tanto, en la premisa de que los textos pueden aportar una información sobre las actitudes y las creencias de los emisores y los receptores de los mensajes.

Tercera fase. Análisis cuantitativo

Los datos resultantes de la codificación de las informaciones de las 345 fichas de contenido o unidades de análisis se registraron en una base de datos y posteriormente fueron trasladados al programa SPSS en su versión 24 (SPSS, 2016) para el análisis estadístico.

Todo el tratamiento de datos se explica de manera minuciosa en el Capítulo 5 donde se aborda el análisis de los resultados. Cabe explicar que se efectuaron análisis descriptivos de las variables a través de tablas de frecuencias, así como análisis inferenciales para ver las posibles diferencias existentes entre las publicaciones de *As* y *Marca*. En concreto, para la investigación inferencial, se emplearon tablas cruzadas o de contingencia y se aplicó la prueba de Chi-cuadrado (Rodríguez, 2004: 19).

Las diferentes etapas de esta tercera fase de análisis cuantitativo se pueden esquematizar de la siguiente manera:

- Análisis descriptivos de los datos obtenidos de *As* y *Marca*

Se mostraron todas las frecuencias de las variables analizadas de las publicaciones ambos medios. Para expresar los datos, se emplearon tablas de frecuencias donde se establecieron los recuentos y los porcentajes.

- Análisis descriptivos de los datos obtenidos de *As*

Se analizaron los datos de las informaciones sobre videoarbitraje detectadas en *As*. Se emplearon tablas de frecuencias de las distintas variables así como gráficos, diagramas de barras y diagramas de sectores.

- Análisis descriptivos de los datos obtenidos de *Marca*

En esta sección de la investigación se analizaron todas las informaciones de *Marca* que hicieron referencia al videoarbitraje en alguna parte de su texto. Para expresar los datos se hizo uso de tablas de frecuencias, diagramas de barras y diagramas de sectores.

- Análisis de las diferencias entre los contenidos publicados por *As* y *Marca*

Esta fue una de las partes trascendentales de la investigación, pues a través de ella se pudo aceptar o rechazar la hipótesis principal planteada que suponía la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las publicaciones de *As* y *Marca*.

Como se especificó durante la elaboración de cada unidad de análisis, las variables consideradas podían tener varias categorías. En esta investigación todas las variables fueron de tipo cualitativo. Navarro señala:

[...] además del tipo de hipótesis a contrastar (relación o diferencia entre grupos), es la naturaleza de las variables (cuantitativa o cualitativa) y el tamaño muestral, los que determinan la prueba estadística adecuada para analizar la información. (Navarro, 2015:8)

En el caso de esta investigación, se aplicaron pruebas estadísticas de tipo no paramétrico. Dichas pruebas se emplean cuando las variables dependientes son cualitativas o cuando los datos cuantitativos no representan una distribución normal. También se utilizan cuando existen variables cuantitativas, pero no se ha alcanzado el tamaño mínimo

recomendado de al menos treinta casos por grupo (Navarro, 2015: 8). El estadístico no paramétrico que se empleó fue Chi-cuadrado (Rodríguez, 2004: 19). Se estableció que la hipótesis H_0 era aquella que afirmaba que no existían diferencias estadísticamente significativas entre *As* y *Marca*. Por otro lado, la se especificó que la hipótesis H_1 certificaba que sí existían diferencias estadísticamente significativas entre las publicaciones sobre videoarbitraje de *As* y *Marca*.

Tras aplicar la prueba de Chi cuadrado, cuando el valor de significación (p) fuera igual o inferior a 0,05 se rechazaría la H_0 y se aceptaría la H_1 . Por el contrario, cuando el valor de significación indicara un resultado superior a 0,05 se aceptaría la H_0 .

Navarro (2015: 32) indica:

La manera de conocer si el estadístico Chi-cuadrado ha resultado significativo es la misma que en el resto de contraste de hipótesis. Valores de probabilidad (Asymp.Sig. (2-sided)) inferiores a 0,05 indican que la relación ha resultado significativa. Por lo tanto, las dos variables cualitativas estudiadas están correlacionadas.

4.3 El cuestionario y el autoinforme

Se elaboró un cuestionario diseñado específicamente para el estudio de las percepciones de los periodistas sobre las informaciones publicadas en los digitales *As* y *Marca* en torno al videoarbitraje.

El cuestionario se repartió entre cinco periodistas de *As* y cinco de *Marca*. Se persiguió el fin de tomar el pulso a las opiniones de los profesionales de los medios y así poder compararlas con los datos obtenidos durante el análisis de contenido de las 345 publicaciones sustraídas a través de *MyNews*. Se buscó algún indicio que pudiese establecer algún tipo de conclusión razonable tras comparar lo que los periodistas pensaban sobre las características de las publicaciones sobre el videoarbitraje y los datos que se encontraron en la muestra analizada durante el análisis de contenido.

Fue importante hacer una distinción entre los términos “encuesta” y “cuestionario”. Según Alaminos y Castejón (2006: 7) existen dos formas de delimitar el término “encuesta”. Por un lado, se puede entender como un instrumento de recogida de datos. Por otro, como un método o estrategia de investigación en sí misma. En el primer caso, el cuestionario se considera como un sinónimo de encuesta y esta opción la que se consideró para esta investigación.

Resulta interesante rescatar también otros datos indicados por Cárdenas en torno a los términos “encuesta” y “cuestionario”:

La encuesta es un instrumento para recolectar datos. Aplicamos una encuesta cuando queremos recoger datos empíricos que no están disponibles. Se conoce por encuesta a la técnica de investigación que, mediante un instrumento de preguntas y categorías de respuesta, y una muestra de actores, permite obtener datos cuantitativos. Se conoce como cuestionario, el conjunto de preguntas y categorías de respuesta. (Cárdenas, 2018: 22)

Cárdenas también señala que lo más recomendable es usar cuestionarios ya existentes con leves adaptaciones o crear uno nuevo y específico para cada investigación (Cárdenas, 2018: 22). Para esta tesis se creó un cuestionario de escala de Likert como técnica de investigación para evaluar la opinión y actitud de los profesionales de la información consultados.

Las preguntas de escala de Likert son aquellas donde se pregunta al encuestado en forma de escala por el grado de conformidad respecto a una proposición determinada. Este tipo de preguntas y de respuestas deben su nombre al psicólogo Rensis Likert que en el año 1932 llevó a cabo investigaciones sobre las actitudes y quiso evitar respuestas de tipo “sí” o “no” a las preguntas formuladas (Cárdenas, 2018: 22).

Para el diseño del cuestionario se estableció, por un lado, un grupo de respuestas en base a la frecuencia sobre una proposición y, por otro lado, un grupo de respuestas referidas al grado de conformidad, es decir, de acuerdo o de desacuerdo, respecto a otras proposiciones. De esta manera se constituyeron dos grupos de categorías que se explican a continuación.

En cuanto a la frecuencia, las opciones de categorías a elegir fueron:

1. Muy frecuentemente

2. Frecuentemente
3. Ocasionalmente
4. Raramente
5. Nunca

En cuanto al grado de acuerdo o de desacuerdo, las opciones de categorías a elegir fueron:

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Indeciso
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

A efectos prácticos, para el desarrollo de esta tesis doctoral, se usaron indistintamente los términos “encuesta” y “cuestionario” siendo el segundo término el más preciso. Las respuestas al cuestionario que efectuaron los periodistas de *As* y *Marca* se analizaron en profundidad en la parte final de la investigación.

Cabe señalar que a la hora de elaborar el cuestionario se consideraron las mismas variables desarrolladas que cuando se elaboró la ficha de contenido o unidad de análisis. De esta manera, se pudo establecer una comparación coherente entre ambos grupos de datos una vez extraída toda la información. Con ello pudieron hacerse comparaciones entre lo que los periodistas pensaban que podría ser y los datos fehacientes obtenidos tras el análisis de contenido y el análisis pormenorizado de las 345 piezas informativas que constituyeron la muestra de la investigación.

Por poner algunos ejemplos, se quiso indagar sobre la medida en la que los periodistas creían que podrían encontrarse informaciones sobre el VAR en las diferentes secciones, o sobre qué género periodístico era el predominante para tratar el videoarbitraje según dichos profesionales de la información. También se intentó averiguar con qué frecuencia creían los periodistas que se empleaban las “fotografías”, “vídeos” o las “infografías” como recurso visual.

El esquema que se siguió a la hora de analizar todas las respuestas obtenidas a partir de las preguntas establecidas en el cuestionario y que se desarrollará en profundidad en el Capítulo 7 de la tesis, fue el siguiente:

- Análisis descriptivos de las respuestas al cuestionario de redactores de *As* y de *Marca*
- Tablas de frecuencias de *As*
- Tablas de frecuencias de *Marca*
- Comparación entre las respuestas al cuestionario de los periodistas de *As* y de *Marca*

En este último apartado de comparación de respuestas entre periodistas de ambos medios, se aplicó el estadístico Chi-cuadrado en aras de detectar diferencias estadísticamente significativas entre las variables. Se trató de averiguar si hubo diferencias significativas entre las respuestas de los periodistas de *As* y *Marca*.

En resumen, se quiso cotejar los datos que se obtuvieron en la primera parte de la investigación con datos obtenidos tras esta segunda parte. No se puede olvidar que la finalidad principal de este trabajo fue la de averiguar si había diferencias estadísticamente significativas en el tratamiento informativo que llevaron a cabo *As* y *Marca* sobre las publicaciones que abordaron el videoarbitraje en el fútbol profesional español.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1 Análisis descriptivo de los datos en ambos medios de comunicación

La *Tabla 2* muestra las frecuencias de las variables analizadas. Se encontró un mayor porcentaje de publicaciones sobre videoarbitraje en *As* (69,9%) que en *Marca* (30,1%). En concreto, la muestra seleccionada constó de 241 piezas informativas y de opinión del diario *As* y 104 piezas del diario *Marca*.

Tabla 2. Recuento y porcentaje de variables en *As* y *Marca*

VARIABLE	RECuento	PORCENTAJE
Periódico		
As	241	69,9
Marca	104	30,1
Sección		
Portada	1	0,3
Champions League	32	9,3
Europa League	1	0,3
Liga Santander	157	45,5
Liga SmartBank	34	9,9
Fútbol internacional	52	15,1
Polideportivo	3	0,9
Opinión	19	5,5
Otros	46	13,3
Género Periodístico		
Noticia	123	35,7
Reportaje	34	9,9
Crónica	103	29,9

Entrevista	57	16,5
Opinión	28	8,1
Elementos visuales		
Sí	322	93,3
No	23	6,7
Fotografía		
Sí	217	62,9
No	128	37,1
Vídeo		
Sí	146	42,3
No	199	57,7
Infografía		
Sí	55	15,9
No	290	84,1
Tipo de autor		
Redactor	315	91,3
Experto	10	2,9
Agencia	20	5,8
¿VAR tema principal?		
Sí	121	35,1
No	224	64,9

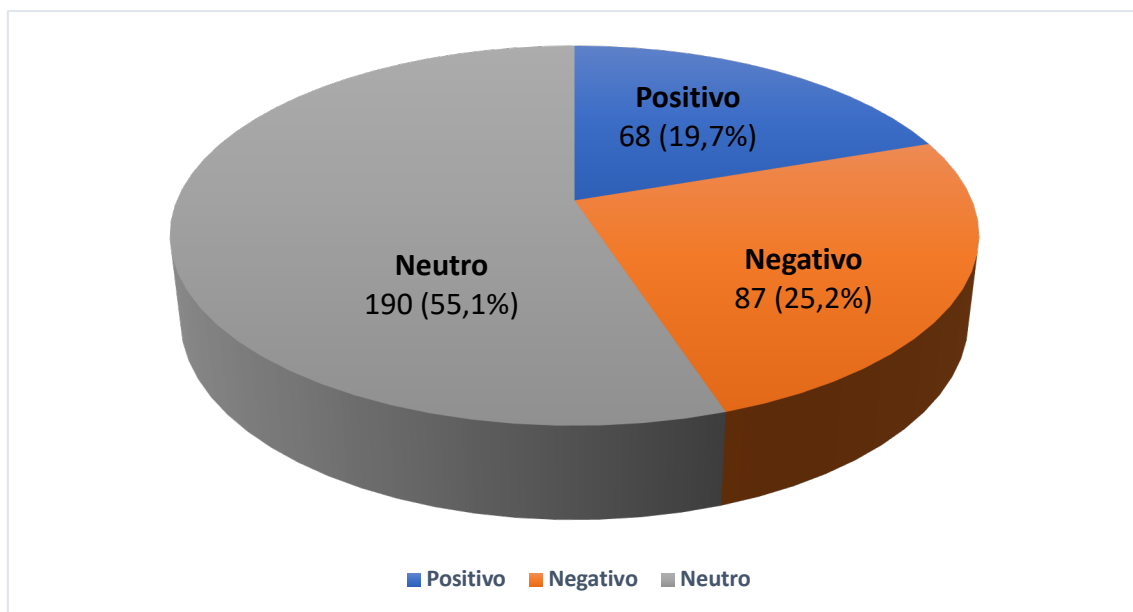
La *Tabla 2* indica que en el 64,9 % de las publicaciones de *As* y *Marca* comprendidas del estudio el videoarbitraje no fue considerado como tema principal pese a que dichas piezas sí habían hecho referencia a los términos “videoarbitraje” y/o “VAR” en alguna parte de su texto. Por otro lado, un 35,1% de informaciones periodísticas de ambos medios sí consideró el VAR como tema principal.

Tabla 3. Recuento y porcentaje de variables en *As* y *Marca*

VARIABLE	RECUESTO	PORCENTAJE
Sentimiento respecto al videoarbitraje		

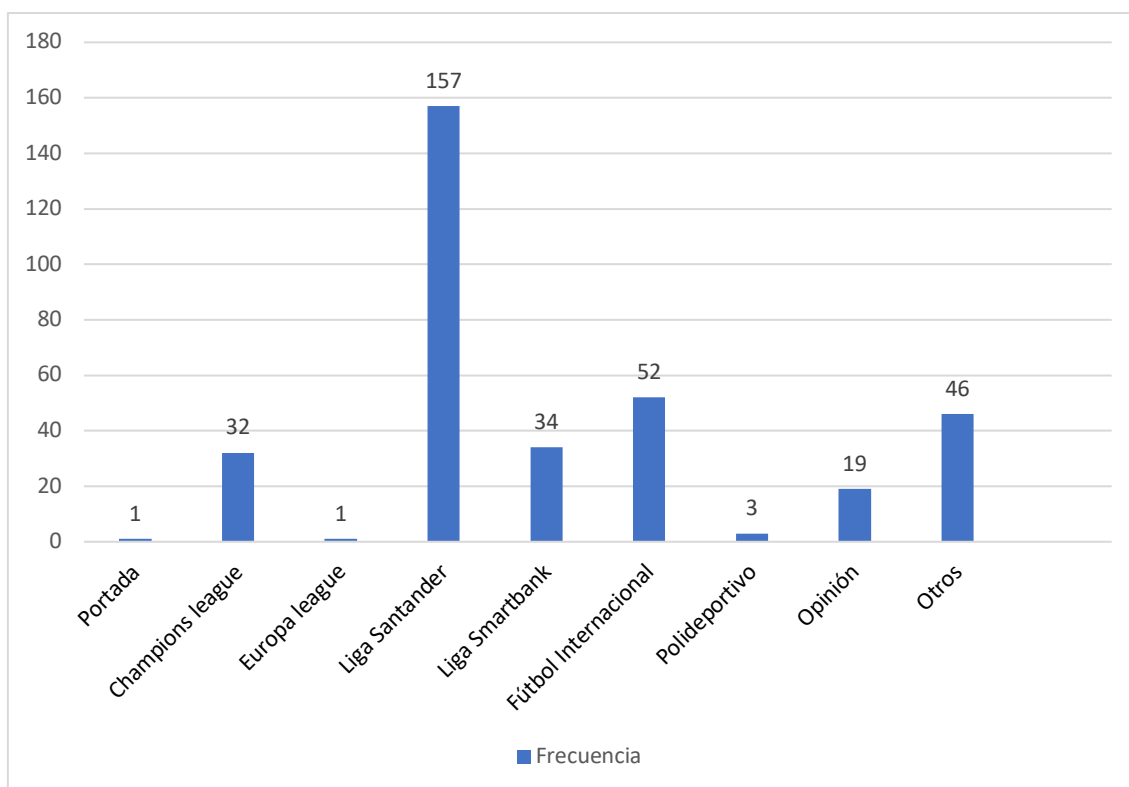
Positivo	68	19,7
Negativo	87	25,2
Neutro	190	55,1
Extensión por número de palabras		
Corto	115	33,3
Medio-corto	113	32,8
Medio-largo	88	25,5
Largo	29	8,4

Ilustración 2. “Sentimiento” de publicaciones respecto al VAR



En cuanto al sentimiento, se encontró que la mayoría de las noticias analizadas (55,1%) mostraron un sentimiento “neutro” respecto a la utilización del videoarbitraje como se indica en la *Tabla 3* y en la *Ilustración 2*. En segundo lugar, se hallaron piezas informativas y de opinión con un sentimiento “desfavorable” o “negativo” hacia el uso de la tecnología de vídeo en el arbitraje del fútbol profesional español (25,2%). En tercer lugar, se situaron las publicaciones que sí valoraron de forma “positiva” la implementación de esta nueva tecnología en el fútbol profesional español (19,7%).

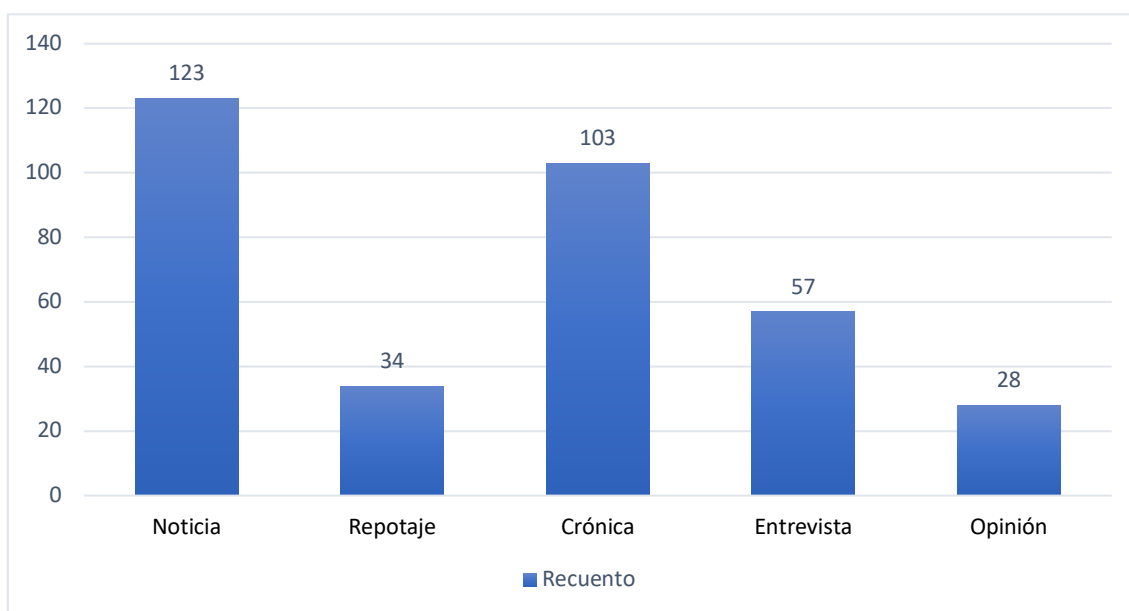
Ilustración 3. Distribución de informaciones de *As* y *Marca* en función de la “sección” a la que pertenecían



En cuanto a la distribución de las piezas de información en función de la “sección” del periódico digital donde estaban ubicadas, la mayoría de las informaciones que incluían la palabra “videoarbitraje” o “VAR” estuvieron incluidas en la sección “Liga Santander” (45,5%). En segundo lugar, se encontraron las publicaciones ubicadas en la sección “fútbol internacional” (15,1%). El resto de las secciones comprendieron los siguientes porcentajes: “otros” (13,3%), “Liga SmartBank” (9,9%), “Champions League” (9,3%), “polideportivo” (0,9%), “Europa League” (0,3%) y “portada” (0,3%).

La *Ilustración 3* refleja la distribución de las publicaciones en función de la “sección” donde se las ubicó. Se pudo observar que la mayoría de las piezas informativas de ambos periódicos estuvieron emplazadas en la primera división de fútbol profesional que fue designada, tanto por parte de *As* como por parte de *Marca*, como sección “Liga Santander” (45,5%). El resto de las secciones abordaron el tema del VAR en menor porcentaje.

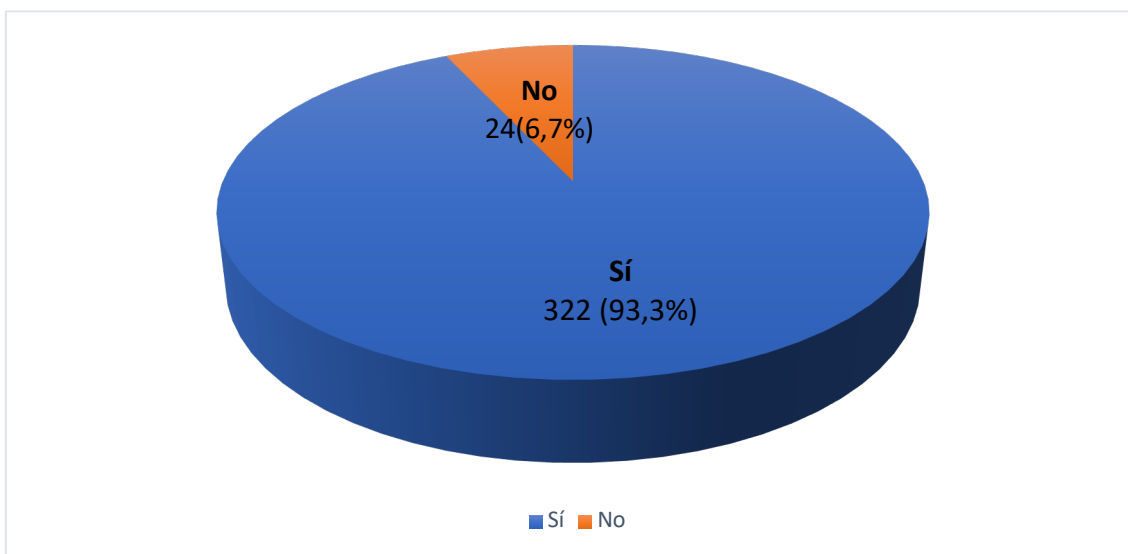
Ilustración 4. Distribución de publicaciones en función del “género periodístico” al que pertenecen



Si se centra la atención en la variable “género periodístico” de las informaciones de ambos medios, se pudo comprobar que la mayoría de las piezas que abordaron el videoarbitraje se identificaron con el género “noticia” (35,7%) seguidas por “crónicas” (29,9%). En menor medida se encontraron “entrevistas” (16,5%) que abordaron directa o indirectamente el uso de la herramienta en el fútbol. Los “reportajes” (9,9%) y las “opiniones” (8,1%) se situaron en cuarto y quinto lugar respectivamente.

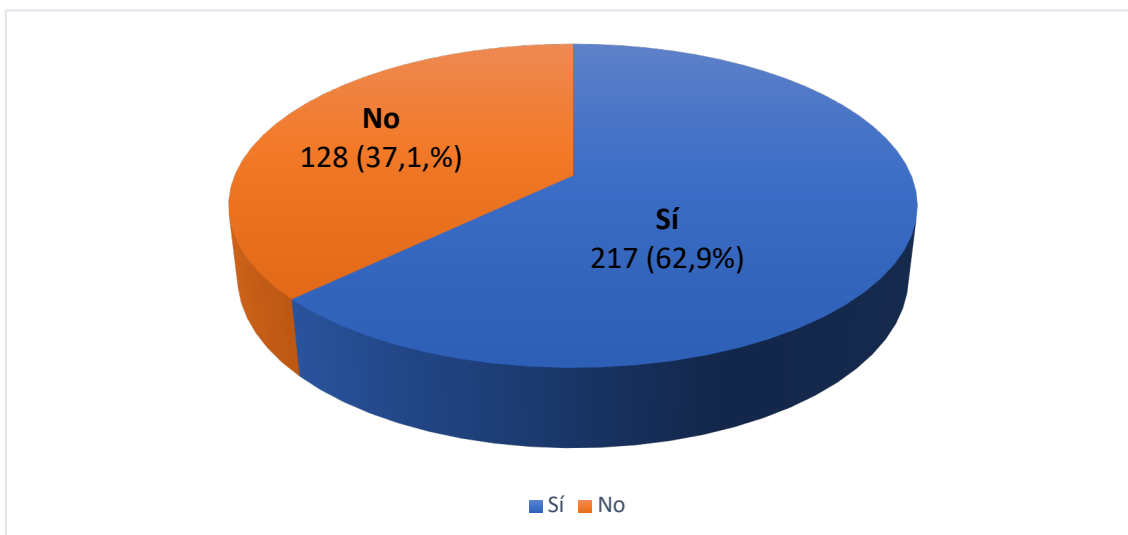
Resulta interesante comprobar que más de la mitad de las piezas periodísticas que se hallaron en los periódicos *As* y *Marca* resultaron ser “noticias” o “crónicas” (65,6%). El resto fueron “entrevistas”, “reportajes” o “artículos de opinión”. La *Ilustración 4* refleja la distribución de dichas informaciones en función del género periodístico.

Ilustración 5. “Elementos visuales” en publicaciones de *As* y *Marca*



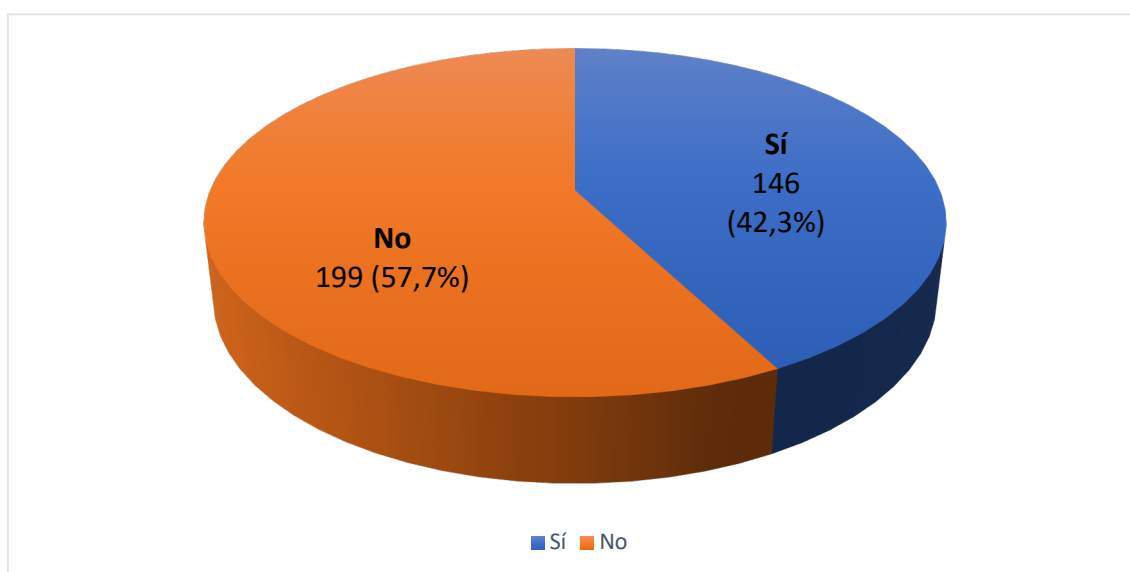
Las piezas analizadas en ambos periódicos contaron con un porcentaje elevado de “elementos visuales” (93,3%) para ilustrar o acompañar el texto. Hubo un predominio de “fotografías” (62,9%) y/o de “vídeos” (42,3%) seguidas en menor medida por el uso de “infografías” (15,3%).

Ilustración 6. “Fotografía” en informaciones de *As* y *Marca*



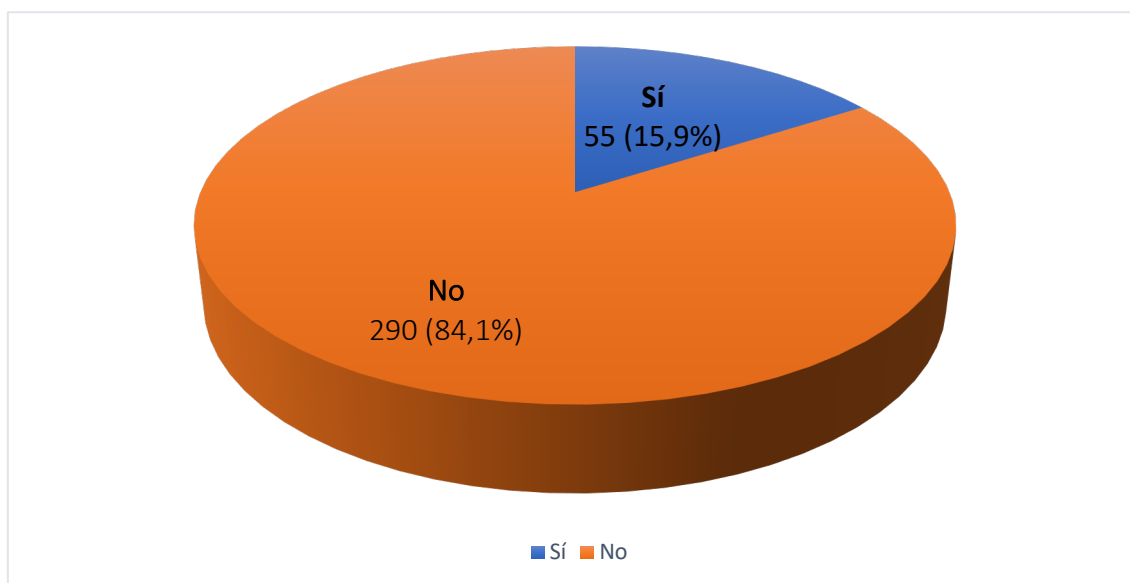
Hubo un mayor porcentaje de informaciones de *As* y *Marca* con “fotografía” (62,9%) que sin ella (37,1%) como puede observarse en la *Ilustración 6*.

Ilustración 7. “Vídeo” en las informaciones de *As* y *Marca*



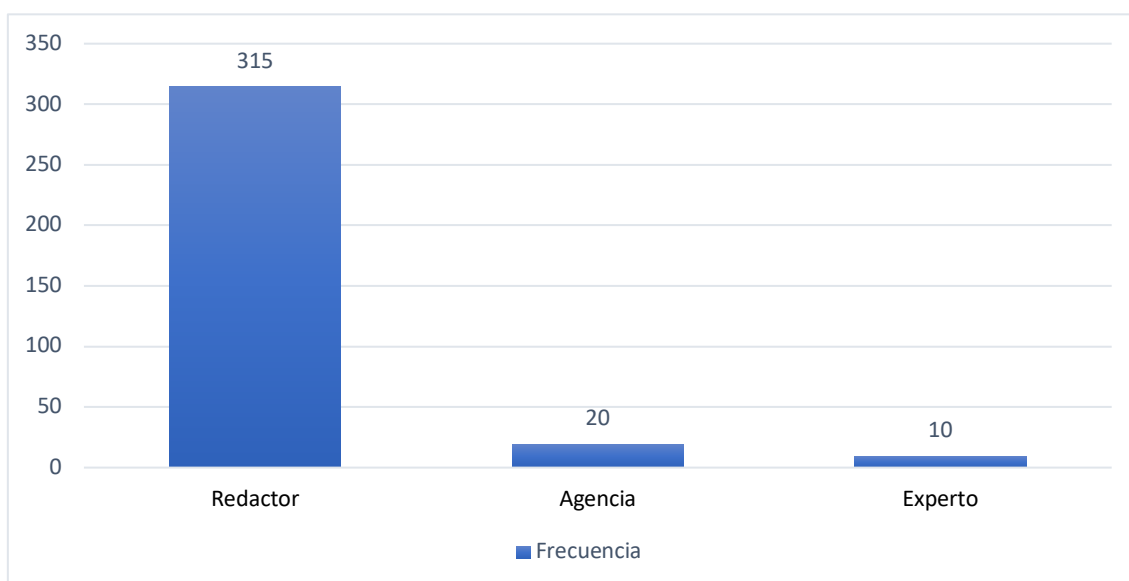
Se observó, como refleja la *Ilustración 7*, que hubo un porcentaje más elevado de informaciones de *As* y *Marca* que no incluyeron el elemento “vídeo” (57,7%) que informaciones que sí lo incluyeron (42,3%).

Ilustración 8. “Infografía” en las informaciones de *As* y *Marca*



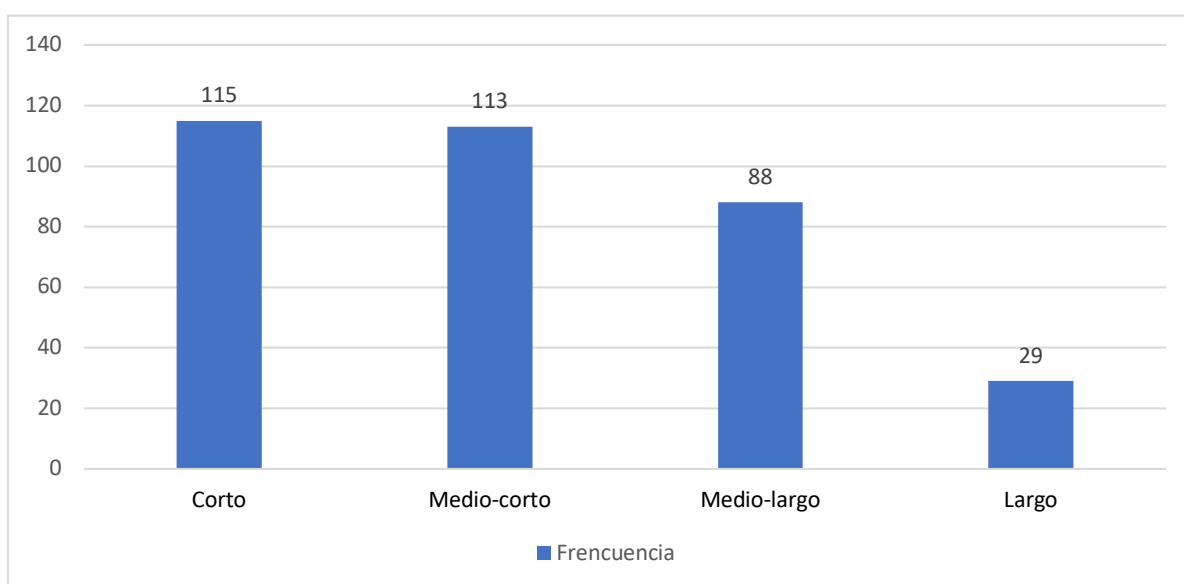
En cuanto al uso de infografías, hubo un mayor porcentaje de informaciones de ambos periódicos que no las incluyeron (84,1%) respecto al porcentaje que sí lo hizo (15,9%). La *Ilustración 8* representa visualmente dichos porcentajes.

Ilustración 9. “Tipo de autor” en las publicaciones de *As* y *Marca*



Como se refleja en la *Ilustración 9*, si se centra la atención del análisis estadístico en el “tipo de autor” que emplearon ambos medios de comunicación examinados, cabe destacar que la gran mayoría de las piezas informativas fueron elaboradas por “redactores” propios de los medios (91,3%). En segundo lugar y en menor cantidad, se encontraron las informaciones llevadas a cabo por “agencias” (5,8%). En tercer lugar, se hallaron las publicadas por algún “experto” en el tema en cuestión o que manifestó una opinión específica respecto a un determinado acontecimiento donde el VAR fue protagonista o fue referenciado de una u otra forma (2,9%).

Ilustración 10. Distribución de las informaciones de *As* y *Marca* según la “extensión por número de palabras”



En la *Tabla 3* y en la *Ilustración 10* se puede observar las distribuciones cada uno de los intervalos por extensiones de palabras definidos. Se pudo comprobar que la mayoría de las informaciones se ubicaron en el grupo de extensiones “cortas” (33,3%) o “medio-cortas” (32,8%).

Por otro lado, hubo menor número de publicaciones de extensiones “medio-largas” (25,5%) y se encontró todavía un menor número de porcentaje de informaciones con extensiones “largas” (8,4%).

Se halló que la mayor parte de las publicaciones de los diarios *As* y *Marca* tuvo una distribución similar en los intervalos de extensiones de palabras calificados como “corta”, “medio-corta” y “medio-larga”. Por otro lado, las informaciones de extensión “larga” fueron las más escasas.

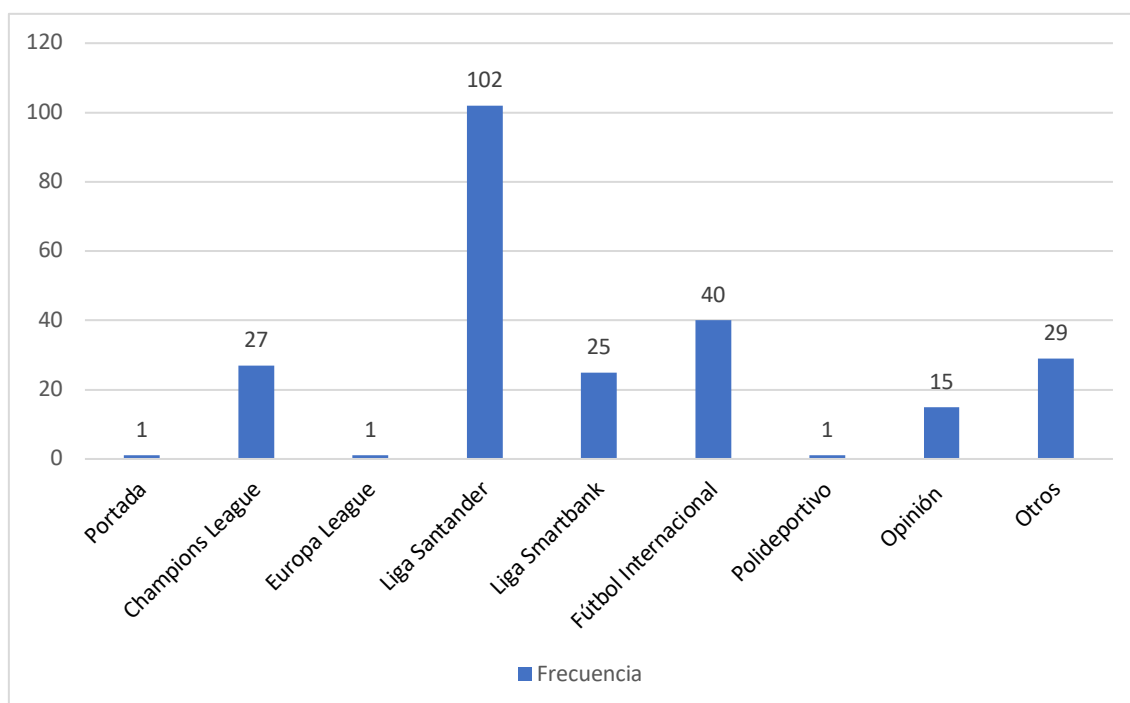
5.2 Análisis descriptivo del diario *As*

En la muestra de 345 piezas informativas sobre videoarbitraje se encontraron 241 informaciones de *As*. Los recuentos y porcentajes se pueden evidenciar en la *Tabla 4*.

Tabla 4. Recuento y porcentaje de publicaciones sobre videoarbitraje en *As*

VARIABLE	RECuento	PORCENTAJE
Medio de comunicación		
<i>As</i>	241	69,9
Total	345	100

Ilustración 11. Distribución de publicaciones de *As* según la variable “sección”



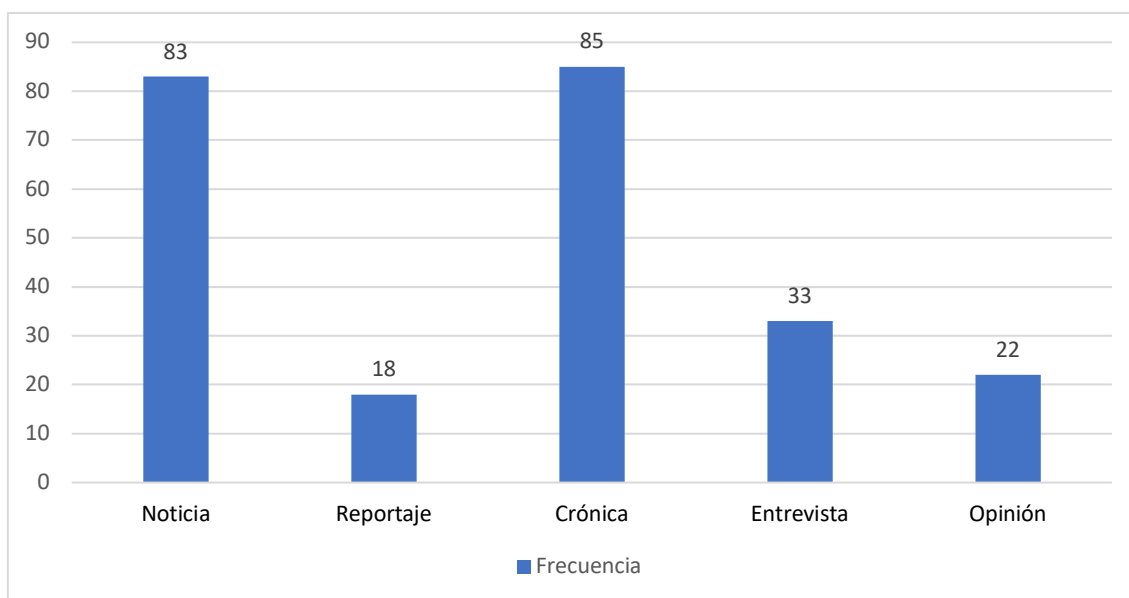
La mayoría de informaciones que se encontraron dentro del medio de comunicación *As* se ubicaron en la sección “Liga Santander” (42,3%). El resto de las secciones de *As* contuvieron piezas informativas sobre videoarbitraje en un porcentaje menor.

De esta manera, se halló que las publicaciones de “fútbol internacional” (16,6%) ocuparon la segunda posición en este medio en cuanto a frecuencia y porcentaje.

Asimismo, las publicaciones calificadas en la sección “otros” (12%) quedaron relegadas a la tercera posición en cuanto a frecuencia. Las siguieron muy de cerca las informaciones de la “Liga SmartBank” (11,4%) y “Champions League” (11,2%) que ocuparon las posiciones cuarta y quinta respectivamente.

Tan sólo hubo una información de *As* en la sección de “portada” durante el período contemplado para la recogida de datos de la investigación. Asimismo, únicamente se encontró una publicación sobre el VAR en *As* en la sección “Europa League” y una sola información en la sección “polideportivo”. La *Ilustración 11* recoge la distribución de todas las informaciones de *As* según la variable “sección”.

Ilustración 12. Distribución de publicaciones de *As* según la variable “género periodístico”



La mayoría de las informaciones de *As* sobre videoarbitraje que se incluyeron en este estudio fueron “crónicas” (35,3%) seguidas de “noticias” (34,4%). En menor proporción se encontraron las informaciones sobre el VAR en formato “entrevista” (13,7%) y en formato “opinión” (9,1%). En último lugar se situaron los “reportajes” (7,5%). Los datos de esta distribución los recoge de forma visual la *Ilustración 12*.

Tabla 5. “Elementos visuales” en las publicaciones de *As*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Elementos visuales		
Sí	222	92,1
No	19	7,9
Fotografía		
Sí	130	53,9
No	111	46,1
Vídeo		
Sí	99	41,1
No	142	58,9
Infografía		
Sí	45	18,7
No	196	81,3

Como puede observarse en la *Tabla 5*, el 92,1% de las informaciones de *As* incluyeron algún tipo de elemento visual. La mayoría de estos elementos fueron “vídeos” (41,1%) y “fotografías” (53,9%). Hubo un porcentaje menor de informaciones de *As* que incluyó “infografías” (18,7 %).

Tabla 6. “Tipo de autor” en *As*

TIPO AUTOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redactor	213	88,4
Experto	9	3,7
Agencia	19	7,9

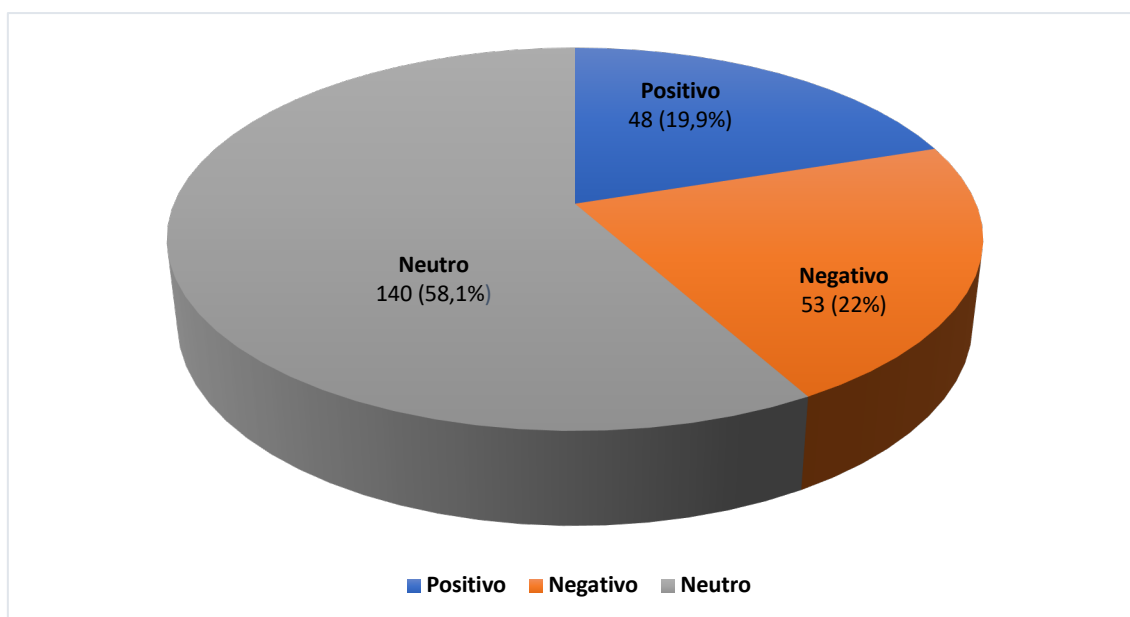
En cuanto al “tipo de autor” que se encargó de elaborar las informaciones en *As*, la mayoría de los autores fueron “redactores” propios de *As* (88,4%) seguidos de “agencias” (7,9%) y “expertos” (3,7%). Así lo refleja la *Tabla 6*.

Tabla 7. VAR tema principal en publicaciones de *As*

¿VAR TEMA PRINCIPAL?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	84	34,9
No	157	65,1
Total	241	100

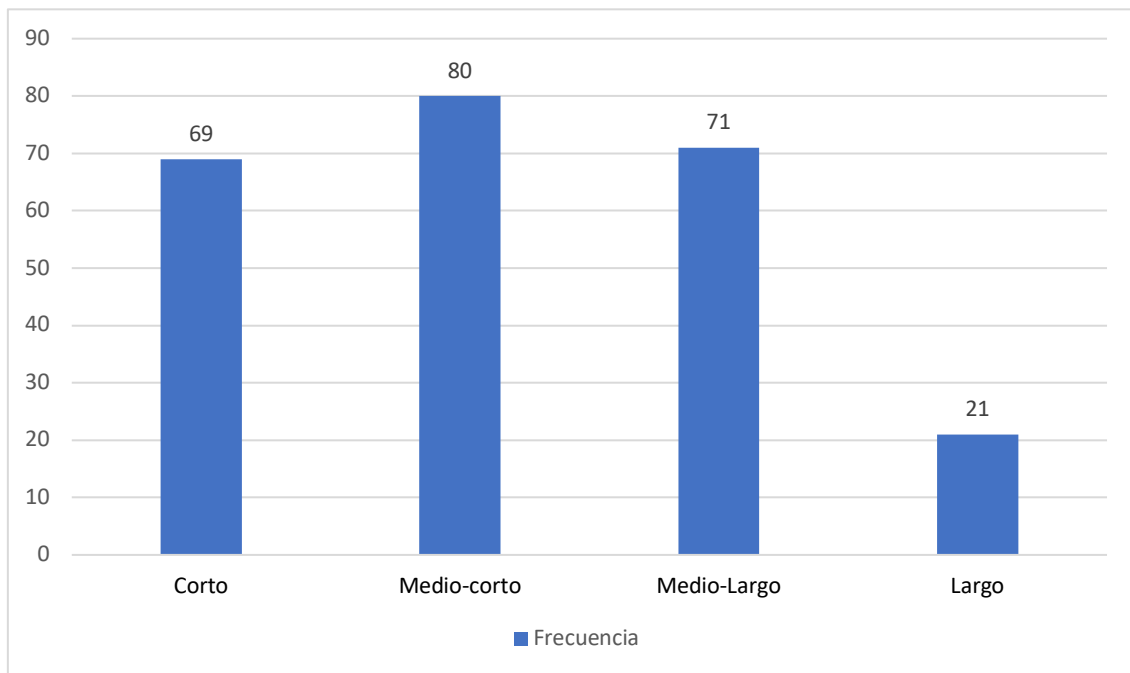
La mayoría de las informaciones de *As* de este estudio no abordó el VAR como tema principal (65,1%) a pesar de que sí incluyeron la palabra “VAR” o “videoarbitraje” en alguna parte de su texto. El resto de las informaciones (34,9%) sí que trataron el videoarbitraje como tema protagonista de las mismas. La *Tabla 7* resume de manera esquemática la distribución de frecuencias y porcentajes respecto a esta variable.

Ilustración 13. “Sentimiento” de las publicaciones de *As*



Casi una de cada tres informaciones de *As* manifestó un sentimiento “neutro” respecto al videoarbitraje (58,1%). Además, se encontraron más informaciones con sentimiento “negativo” (22%) respecto al videoarbitraje en *As* que con sentimiento “positivo” (19,9%). Los datos los recoge el la *Ilustración 13*.

Ilustración 14. Distribución de publicaciones de *As* según la variable "extensión por número de palabras"



Los textos de las informaciones analizadas de *As* tuvieron diferentes extensiones según el número de palabras que emplearon. Se descubrió que el 33,2 % de las informaciones de *As* empleó textos con extensión “medio-corta”, es decir, con un número de palabras comprendido entre 300 y 500.

Además, se encontró que un 29,5% de las informaciones de este medio digital empleó una extensión “medio-larga”, es decir, que contenía un número de palabras comprendido entre 500 y 1000.

En tercer lugar, se hallaron informaciones de tipo “corto” (entre 0 y 300 palabras) las cuales representaron el 28,6% del total de informaciones de *As*. Por último, se halló que un 8,7% de piezas informativas de *As* fue de extensión “larga”, es decir, de más de 1000 palabras.

La *Ilustración 14* refleja la distribución de informaciones en *As* según los diferentes tipos de extensiones establecidas.

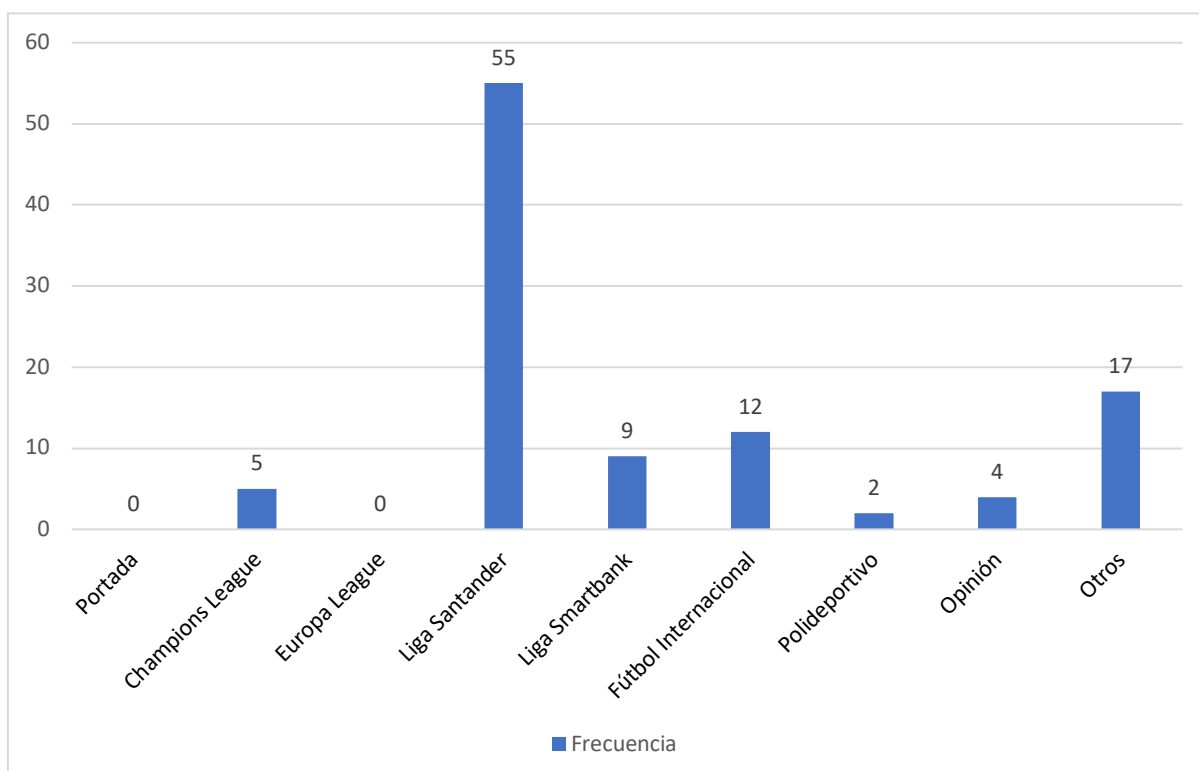
5.3 Análisis descriptivos del diario *Marca*

En la muestra de 345 piezas informativas sobre videoarbitraje se encontraron 104 publicaciones de *Marca*. La *Tabla 8* recoge estos datos.

Tabla 8. Recuento y porcentaje de publicaciones sobre videoarbitraje en *Marca*

VARIABLE	RECUENTO	PORCENTAJE
Medio de comunicación		
Marca	104	30,1
Total	345	100

Ilustración 15. Distribución de las publicaciones de *Marca* según la variable "sección"



La mayoría de las publicaciones de *Marca* se ubicó en la sección “Liga Santander” (52,9%). El resto de las secciones de este medio de comunicación digital comprendieron piezas informativas sobre videoarbitraje en un porcentaje menor.

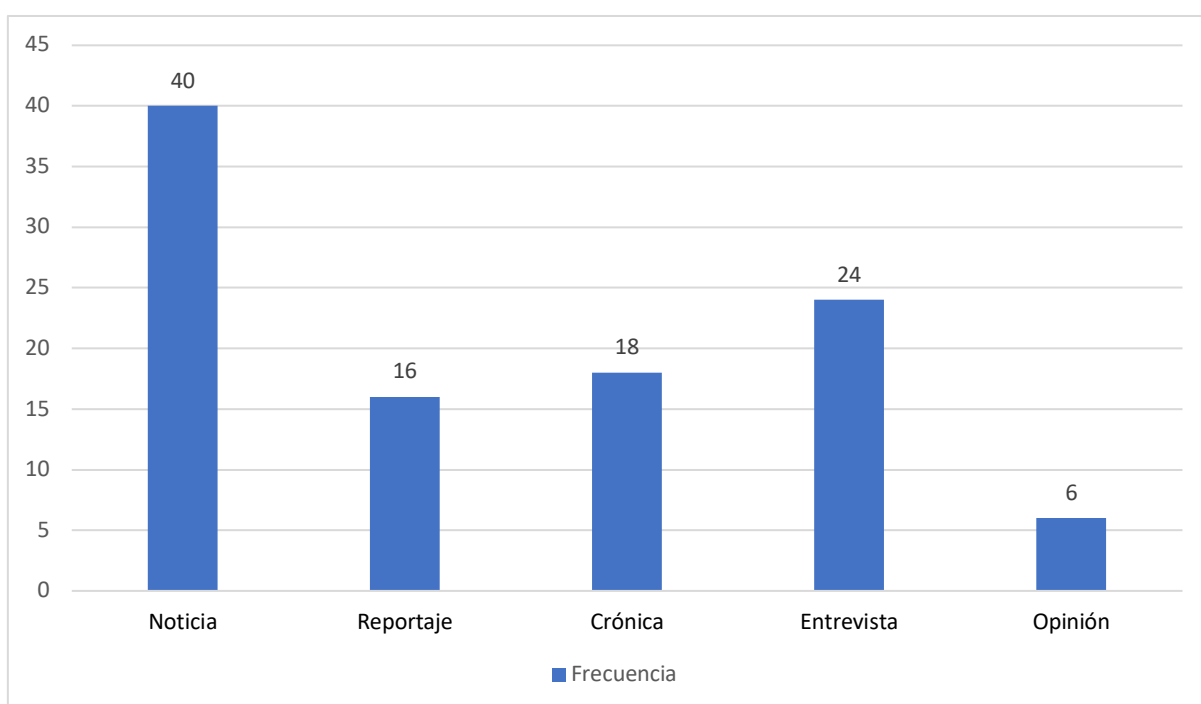
Las informaciones de la sección “otros” (16,3%) ocuparon la segunda posición seguidas de las de “fútbol internacional” (11,5%), que ocuparon la tercera posición.

Las piezas de las secciones “Liga SmartBank” (8,7 %), “Champions League” (4,8%) y “polideportivo” (1,9%) se situaron en las posiciones cuarta, quinta y sexta respectivamente. No se encontró ninguna información u opinión que hiciera mención sobre el VAR en la sección “portada” de *Marca* ni tampoco se encontró publicación alguna en la sección “Europa League” de este medio de comunicación.

La sección que incluyó más piezas informativas sobre el VAR fue “Liga Santander” en el caso de *Marca* (52,9%). Como se pudo observar en el apartado anterior, también fue así en el caso de *As* (42,3%).

El número total de publicaciones de *As* y *Marca* incluidas en la sección “Liga Santander” supuso un 45,5 % del total de informaciones de la muestra. Con estos datos estadísticos, cabe destacar que fue en la primera división de fútbol profesional donde se generaron más informaciones sobre videoarbitraje en comparación con el resto de las secciones.

Ilustración 16. Distribución de las publicaciones de *Marca* según su “género periodístico”



En cuanto a la variable “género periodístico”, la mayoría de las informaciones de *Marca* fueron “noticias” (38,5%) seguidas de “entrevistas” (23,1%), “crónicas” (17,3%), “reportajes” (15,4%) y “opiniones” (5,8%). La *Ilustración 16* muestra la distribución de

las informaciones y opiniones de *Marca* según el “género periodístico” donde fueron ubicadas.

Tabla 9. “Elementos visuales” en *Marca*

VARIABLE	RECuento	PORCENTAJE
Elementos visuales		
Sí	100	96,2
No	4	3,8
Fotografía		
Sí	87	83,7
No	17	16,3
Vídeo		
Sí	47	45,2
No	57	54,8
Infografía		
Sí	10	9,6
No	94	90,4

El 96,2% de las informaciones de *Marca* incluyó algún tipo de “elemento visual”. Además, la mayoría de esos elementos visuales fueron “fotografías” o “imágenes” (83,7%) y “vídeos” (45,2%). Hubo un porcentaje menor publicaciones de *As* que incluyeron “infografías” (9,6%). La *Tabla 9* refleja de forma esquemática los resultados.

Tabla 10. “Tipo de autor” en *Marca*

TIPO DE AUTOR	RECuento	PORCENTAJE
Redactor	102	98,07
Experto	1	0,96
Agencia	1	0,96

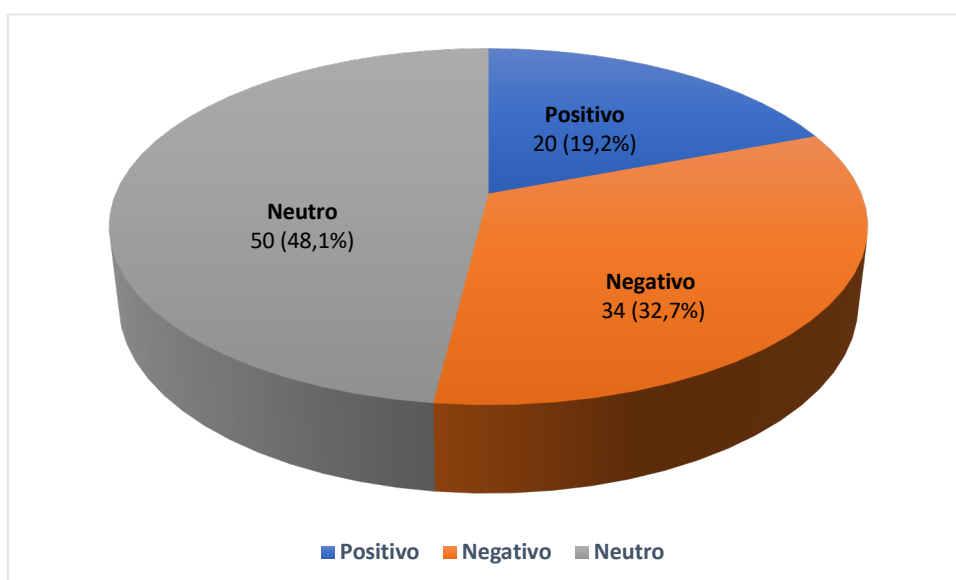
Si se analizan las publicaciones de *Marca* según la variable “tipo de autor”, llama la atención que la gran mayoría fueron elaboradas por “redactores” propios de este medio de comunicación (98,07%). Solamente una pieza fue elaborada por un “experto” (0,96%) y, del mismo modo, una única información fue publicada por una “agencia” (0,96%). La *Tabla 10* recoge todos estos datos.

Tabla 11. "VAR tema principal" en publicaciones de *Marca*

¿VAR TEMA PRINCIPAL?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	37	35,6
No	67	64,4
Total	104	100

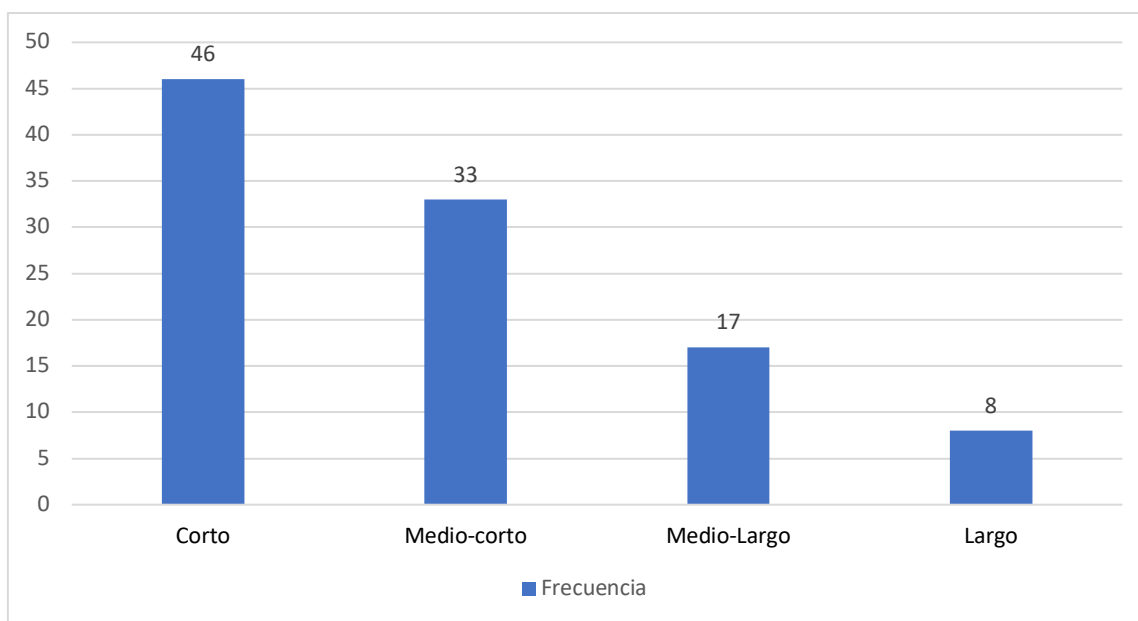
A pesar de que sí incluyeron la palabra "VAR" o "videoarbitraje" en alguna parte de su texto, la mayoría de las publicaciones de *Marca* no abordaron el VAR como tema principal (64,4%). El resto de las publicaciones de este medio (35,6%), sí que trataron el videoarbitraje como tema principal. La *Tabla 11* así lo refleja.

Ilustración 17. "Sentimiento" en informaciones de *Marca*



Casi la mitad de las informaciones publicadas sobre videoarbitraje de *Marca* manifestaron un sentimiento de tipo "neutro" respecto al videoarbitraje (48,1,1%). Además, se encontraron más informaciones con sentimiento "negativo" (32,7%) que "positivo" (19,2%). La *Ilustración 17* expresa los diferentes sentimientos en *Marca*.

Ilustración 18. Distribución de publicaciones de *Marca* según la variable "extensión por número de palabras"



En cuanto al número de palabras de las informaciones y opiniones halladas en *Marca*, se encontró que las extensiones mayoritarias fueron las “cortas” (44,2%) seguidas por las “medio-cortas” (31,7%). Esto es, publicaciones entre 0 y 300 palabras y entre 300 y 500 palabras, respectivamente.

En menor medida se hallaron las publicaciones de extensiones “medio-largas” (16,3%) y “largas” (7,7%). Es decir, publicaciones entre 500 y 1000 palabras y más de 1000 palabras respectivamente.

La *Ilustración 18* refleja la distribución de publicaciones en *Marca* según el número de palabras que se contabilizó en cada texto. En *Marca* se prefirió usar publicaciones de extensiones más cortas en cuanto el número de palabras para informar sobre videoarbitraje que en *As*.

5.4 Diferencias entre los dos medios de comunicación en función de todas las variables contempladas en la investigación

Después de establecer las tablas de frecuencias, se decidió llevar a cabo un análisis con tablas de contingencia empleando un análisis estadístico no paramétrico con una prueba de Chi-cuadrado. El fin de esta prueba consistió en averiguar si existían diferencias estadísticamente significativas entre los periódicos *As* y *Marca* en función de todas las variables que se delimitaron para este trabajo.

Diferencias entre *As* y *Marca* en función de la variable “sección” a la que pertenecía cada una de las publicaciones

No se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($X^2(8) = 10,959$; $p=0,204$) entre los dos medios de comunicación digital contemplados en función de sección a la que pertenecían sus publicaciones.

Tabla 12. Recuentos y porcentajes en *As* y *Marca* según la variable “sección”

SECCIÓN	AS	MARCA	TOTAL
Portada	1 (0,4%)	0 (0%)	1 (0,3%)
Champions League	27 (11,2%)	5 (4,8%)	32 (9,3%)
Europa league	1 (0,4%)	0 (0%)	1 (0,3%)
Liga Santander	102 (42,3%)	55 (59,9%)	157 (45,5%)
Liga SmartBank	25 (10,4%)	9 (8,75)	34(9,9%)
Fútbol internacional	40 (16,6%)	12 (11,5%)	52(15,1%)
Polideportivo	1 (0,4%)	2 (1,9%)	3(0,9%)
Opinión	15 (6,2%)	4 (3,8%)	19(5,5%)

Otros	29 (12%)	17 (16,3%)	46 (13,3%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

Resulta preciso recordar que se establecieron nueve secciones posibles cuando se desarrollaron las unidades de análisis o fichas de contenido. En la *Tabla 12* puede observarse los recuentos y porcentajes de publicaciones de cada sección en cada medio.

Se descubrió que la sección “Liga Santander” fue la que albergó mayor número de piezas informativas sobre videoarbitraje en ambos medios de comunicación. En concreto, un 42,3% de las 241 publicaciones del diario *As* se incluyeron en la sección “Liga Santander”. En segunda posición, se situaron las publicaciones de *As* de la sección “fútbol internacional” (16,6%) y, en tercer lugar, las de la sección “otros” (12%). En otras proporciones se encontraron las informaciones y opiniones halladas en la sección “Champions League” (11,2%), “Liga SmartBank” (10,4%) y “opinión” (6,2%). Tanto las secciones “Europa League”, “polideportivo” y “portada” representaron cada una un 0,4% respecto al resto de publicaciones halladas en *As*.

Por otro lado, de las 104 publicaciones alojadas en el diario *Marca*, un 52,9% pertenecieron a la “Liga Santander”. La sección “otros” se situó en segunda posición en *Marca* con un 16,3%. En tercer lugar, se hallaron las informaciones y opiniones de “fútbol internacional” (11,5%). Después, se encontraron, las publicaciones de “Liga SmartBank” (8,7%), “Champions League” (4,8%), “opinión” (3,8%) y “polideportivo” (1,9%). No se localizaron publicaciones que abordasen el tema del VAR en la sección “Europa League” ni en la sección “portada” de *Marca*.

Como conclusión respecto a este apartado, se pudo constatar que la sección con mayor número de publicaciones sobre videoarbitraje fue “Liga Santander” en ambos medios de comunicación digital contemplados. Por tanto, la competición de primera división fue la que generó mayor contenido periodístico en torno al VAR.

Diferencias entre *As* y *Marca* en función del “género periodístico” al que pertenecieron sus publicaciones sobre videoarbitraje

Durante la investigación, sí se encontraron diferencias significativas entre los dos periódicos ($X^2(4) = 17,682$; $p=0,001$) en función del “género periodístico” tras aplicar el estadístico Chi-cuadrado.

Tabla 13. Recuentos y porcentajes en *As* y *Marca* según la variable “género periodístico”

GÉNERO PERIODÍSTICO	AS	MARCA	TOTAL
Noticia	83 (34,4%)	40(38,5%)	123 (35,7%)
Reportaje	18 (7,5%)	16 (15,4%)	34 (9,9%)
Crónica	85 (35,3%)	18 (17,3%)	103 (29,9%)
Entrevista	33(13,7%)	24 (23,1%)	57 (15,5%)
Artículo de opinión	22 (9,1%)	6(5,8%)	28 (8,1%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

Como puede observarse en la *Tabla 13*, mientras que en el diario *As* el género predominante de publicaciones sobre videoarbitraje fue la “crónica” (35,3%), en el diario *Marca* fue la “noticia” (38,5%).

Respecto a *As*, el género “noticia” (34,4%) se situó en segunda posición seguido del género “entrevista” (13,7%) que ocupó el tercer lugar. Las “opiniones” (9,1%) y los “reportajes” (7,5%) aparecieron en las posiciones cuarta y quinta respectivamente en *As*.

En *Marca*, por su parte, el género predominante fue la “noticia” (38,5%) seguida en de la “entrevista” (23,1%) como pieza periodística dominante. En tercer lugar, se encontró la “crónica” (17,3%). La cuarta posición la ocupó el “reportaje” (15,4%) y, por último, la “el artículo de opinión” (5,8%).

Diferencias entre *As* y *Marca* en función de los elementos visuales

Durante la investigación se analizó el hecho de que las piezas informativas sobre videoarbitraje incluyeran algún tipo de elemento visual, o no, para apoyar el texto escrito. Se investigó el hecho de que estos elementos visuales fuesen “fotografías”, “vídeos” o “infografías”.

Los resultados, tras aplicar el estadístico Chi-cuadrado con el programa SPSS, indicaron que sí existieron diferencias significativas entre los dos periódicos digitales cuando se trató de la inclusión de “fotografías” ($X^2(1) = 27,483$; $p < 0,0001$) e “infografías” ($X^2(1) = 4,447$; $p = 0,035$) en sus publicaciones. En cuanto al resto de variables relacionadas con los elementos visuales, no se apreciaron diferencias entre los dos medios de comunicación.

La mayoría de las publicaciones de *As* (92,1%) emplearon algún tipo de “elemento visual” y ocurrió lo mismo con la mayoría de las piezas de *Marca* (96,2%). En esta línea, no se encontraron diferencias significativas ($X^2(1) = 1,903$; $p = 0,168$) respecto al empleo de “elementos visuales” por parte de los dos medios digitales.

Tabla 14. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “fotografía”

“FOTOGRAFÍA” EN LA PUBLICACIÓN	AS	MARCA	TOTAL
Sí	130 (53,9%)	87 (83,7%)	217 (62,9%)
No	111 (46,1%)	17 (16,3%)	128 (37,1%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

Muy relacionado con esto, se comprobó que la mayor parte de las publicaciones de *As* llevaron incorporadas una “fotografía” para informar u opinar sobre videoarbitraje (53,9%) siendo ese porcentaje más elevado en el caso de las publicaciones de *Marca* (83,7%).

Se pudo constatar que hubo diferencias ($X^2(1) = 27,483$; $p < 0,0001$) realmente significativas en la utilización de “fotografías” por parte de cada uno de los diferentes medios de comunicación especializados en información deportiva.

En la *Tabla 14* se puede distinguir la distribución de las informaciones de ambos medios de comunicación en función de la utilización de la fotografía como recurso.

Tabla 15. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “vídeo”

“VÍDEO” EN LA PUBLICACIÓN	AS	MARCA	TOTAL
Sí	99 (41,1%)	47 (45,2%)	146 (42,3%)
No	142 (58,9%)	57 (54,8%)	199 (57,7%)
TOTAL	241 (100%)	104(100%)	345 (100%)

Por otro lado, según los datos obtenidos, se pudo apreciar que la mayoría de las informaciones de ambos diarios prescindieron del uso de “vídeo” para acompañar al texto. En esta línea, no hubo diferencias ($X^2(1) = 0,504$; $p=0,478$) respecto al empleo de “vídeos” en por parte de los dos periódicos digitales. Mientras en *As*, el 41,1% de publicaciones contenía algún “vídeo”, en el caso de *Marca* este porcentaje fue del 45,2%.

Tabla 16. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “infografía”

“INFOGRAFÍA” EN LA PUBLICACIÓN	AS	MARCA	TOTAL
Sí	45 (18,7%)	10 (9,6%)	55 (15,9%)
No	196 (81,3%)	94 (90,4%)	290 (84,1%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

A la hora de analizar el uso de la “infografía” en las piezas periodísticas, llama la atención que sí que se comprobó la existencia de diferencias ($X^2(1) = 4,447$; $p=0,035$) entre los dos medios de comunicación especializados pese a que ni *As* ni *Marca* aplicaran un uso excesivo de infografías en sus textos.

Se encontró un 18,7% de publicaciones con el elemento “infografía” en el caso de *As* y un 9,6% de “infografías” en el caso de *Marca*, como así manifiesta la *Tabla 16*.

Diferencias entre *As* y *Marca* en función del “tipo de autor” encargado de elaborar las publicaciones

En la *Tabla 17* se puede comprobar que una amplia mayoría de publicaciones de ambos medios que trataron sobre videoarbitraje fueron elaboradas por “redactores” (91,3%).

Tabla 17. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “tipo de autor”

TIPO DE AUTOR	AS	MARCA	TOTAL
Redactor	213 (88,4%)	102 (98,1%)	315 (91,3%)
Experto	9 (3,7%)	1 (0,95%)	10 (2,9%)
Agencia	19 (7,9%)	1 (0,95%)	20 (5,8%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

Si se observan los datos en detalle, se puede confirmar que el tipo de autor más empleado que se encargó de elaborar las publicaciones sobre videoarbitraje fue el “redactor” tanto en *As* (88,4%) como en *Marca* (98,1%).

Al establecer el estadístico Chi-cuadrado se apreciaron diferencias significativas ($X^2(2) = 8,680$; $p=0,013$) entre los dos medios digitales respecto a la variable “tipo de autor”.

En el caso de *As*, se encontró a la “agencia” (7,9%) en segunda posición respecto al tipo de autor más frecuente. En tercer lugar, en *As* se encontraron las publicaciones elaboradas por un “experto” (3,7%).

Por su parte, en *Marca* sólo se encontró sólo una publicación elaborada por un “experto” (0,95%) y una sola publicación de autoría de “agencia” (0,95%). La inmensa mayoría de publicaciones de *Marca* fue llevada a cabo por “redactores” (98,1%).

Diferencias entre *As* y *Marca* en función de si sus publicaciones trataron el VAR como tema principal o no

La *Tabla 18* muestra el recuento y distribución de los porcentajes en función a la variable nominada “VAR tema principal”.

Tabla 18. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “VAR tema principal”

VAR TEMA PRINCIPAL	AS	MARCA	TOTAL
Sí	84 (34,9%)	37 (35,6%)	121 (35,1%)
No	157 (65,1%)	67 (64,4%)	224 (64,9%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

Llama la atención que en más de una de cada tres publicaciones de ambos digitales el VAR no fue considerado como tema principal (64,9%).

En el caso de *As*, tan sólo un 34,9% de piezas consideró el videoarbitraje como tema principal y en el caso de *Marca* el porcentaje fue del 35,6%. Por lo tanto, la mayoría de esas piezas de información simplemente mencionaron los términos “videoarbitraje” o “VAR” pero no abordaron de forma extensa y profunda el tema en cuestión.

El estadístico Chi-cuadrado ($X^2(1) = 0,017$; $p=0,897$) confirmó que no existieron diferencias significativas entre los dos periódicos digitales en función de si sus informaciones y opiniones trataron el videoarbitraje como tema principal o no.

Diferencias entre *As* y *Marca* en función del “sentimiento” respecto al VAR

En su conjunto, todas las piezas periodísticas de información de *As* y *Marca* reflejaron un “sentimiento” similar respecto al VAR. No se encontraron diferencias estadísticamente destacables ($X^2(2) = 4,639$; $p=0,098$) entre ambos diarios digitales tras la aplicación del estadístico Chi-cuadrado.

Tabla 19. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “sentimiento”

SENTIMIENTO RESPECTO DEL VAR	AS	MARCA	TOTAL
Positivo	48 (19,9%)	20 (19,2%)	68 (19,7%)
Negativo	53 (22%)	34 (32,7%)	87 (25,2%)
Neutro	104 (58,1%)	50 (48,1%)	190 (55,1%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

En la *Tabla 19* se pueden observar las distribuciones y porcentajes en función del a variable “sentimiento”. La mayoría de las informaciones de *As* (58,1%) y *Marca* (48,1%) manifestaron un sentimiento de tipo “neutro”. Este dato supuso un 55,1% de publicaciones “neutras” respecto al total de piezas informativas de la muestra de ambos periódicos digitales.

En segundo lugar, se encontraron aquellas publicaciones caracterizadas por contener un sentimiento “negativo” respecto al videoarbitraje tanto en *As* (22%) como en *Marca* (32,7%).

En menor medida y, en tercer lugar, se hallaron las informaciones y opiniones de *As* con un sentimiento “positivo” (19,9%). En el caso de *Marca*, este porcentaje de publicaciones con sentimiento “positivo” fue menor pero similar al de su homólogo (19,2%).

Selección de casos en sentimiento respecto al VAR

Para poder ampliar el estudio y hacer una investigación más profunda, se llevó a cabo una selección de casos a través del programa estadístico SPSS. Con ello, se extrajeron únicamente las piezas informativas de la muestra que manifestaron sentimiento “positivo” y “negativo” respecto al VAR. Se descartaron aquellas que manifestaron un sentimiento “neutro”. Los datos resultantes pueden observarse en la *Tabla 20*.

Tabla 20. Selección de casos en "sentimiento" respecto al VAR

SENTIMIENTO RESPECTO DEL VAR	AS	MARCA	TOTAL
Positivo	48 (19,9%)	20 (19,2%)	68 (43,9%)
Negativo	53 (22%)	34 (63%)	87 (56,1%)
TOTAL	101 (100%)	104 (100%)	155 (100%)

Tras la aplicación de la selección de casos, se encontraron en total 68 piezas de *As* y *Marca* con sentimiento “positivo” (43,9%) y 87 informaciones de *As* y *Marca* con sentimiento “negativo” (56,1%).

Dentro del conjunto de informaciones con sentimiento “positivo” (44,9%) se encontró que hubo más informaciones de *As* (47,5%) con sentimiento positivo que de *Marca* (37%) con ese mismo sentimiento.

Por otro lado, del conjunto de informaciones de los dos periódicos digitales con sentimiento “negativo” (56,1%), se encontró que *Marca* (63%) tuvo más informaciones “negativas” que *As* (52,5%).

Tras la aplicación del estadístico Chi-cuadrado ($X^2(1) = 1,572$; $p=0,210$) se comprobó que no existieron diferencias estadísticamente significativas entre los dos periódicos en función de las informaciones publicadas respecto al VAR excluyendo las informaciones que manifestaron un sentimiento de tipo “neutro”.

Diferencias entre *As* y *Marca* en función de la extensión de palabras de sus informaciones

Sí se encontraron diferencias significativas ($X^2(3) = 10,340$; $p=0,016$) cuando el análisis se centró en las “extensiones de palabras” de las publicaciones que emplearon cada uno de los dos medios de comunicación relativas al videoarbitraje.

Tabla 21. Recuento y porcentaje en *As* y *Marca* según la variable “extensión por número de palabras”

EXTENSIÓN DE PALABRAS DE LA PUBLICACIÓN	AS	MARCA	TOTAL
Corto	69 (28,6%)	46 (44,2%)	115 (33,3%)
Medio-corto	80 (33,2%)	33 (31,7%)	113 (32,8%)
Medio-largo	71 (29,5%)	17 (16,3%)	88 (25,5%)
Largo	21 (8,7%)	8 (7,7%)	29 (8,4%)
TOTAL	241 (100%)	104 (100%)	345 (100%)

La *Tabla 21* refleja la distribución de los distintos recuentos y porcentajes en función de la extensión de palabras de cada publicación. Tras analizar los datos, se encontró que desde *As* se publicaron, en mayor proporción, piezas informativas con extensiones “medio-cortas” (33,2 %) y “medio-largas” (29,5%) mientras que la mayoría de las piezas periodísticas de *Marca* fueron de extensiones “cortas” (44,2%) o “medio-cortas” (31,7%).

Por este motivo, se puede decir que *Marca* se decantó por el uso de informaciones con extensiones más “cortas” en cuanto a número de palabras que *As* para informar y opinar sobre videoarbitraje. Muy relacionado con esto, se halló que las piezas informativas y de extensiones “largas” fueron las menos empleadas tanto en *As* (8,7%) como en *Marca* (7,7%).

Respecto a las extensiones mayoritarias, como ya se señaló anteriormente, los datos indicaron que la mayoría de las noticias de *As* tuvieron una extensión “medio-corta” (33,2%) mientras que en *Marca* la mayoría de las publicaciones se caracterizaron por tener una extensión “corta” (44,2%).

CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE DATOS DEL CUESTIONARIO

6.1 Cuestionario destinado a periodistas de *As* y *Marca*

Para la investigación se elaboró un cuestionario con preguntas específicas que se envió a cinco periodistas de *As* y cinco periodistas de *Marca*. El cuestionario se diseñó en base a las mismas variables que se crearon y explicaron cuando se elaboró la unidad de análisis para el análisis de contenido. El programa SPSS no notificó ningún aviso o incoherencia cuando se procesaron los datos.

Se preguntó a los periodistas de ambos medios de comunicación sobre la “sección”, el “género periodístico” o incluso el “sentimiento” que creían ellos que se podrían manifestar en dichas publicaciones sobre videoarbitraje. En total, se tuvieron en cuenta diez de las doce variables establecidas en el análisis de contenido. Se excluyeron, las variables “fecha” y “periódico” a la hora de confeccionar el cuestionario puesto que no tenía sentido introducirlas.

El fin de llevar a cabo la herramienta “cuestionario” fue el de averiguar las opiniones de los periodistas en torno a las características que podrían tener las piezas informativas sobre videoarbitraje publicadas *As* y *Marca*.

Se intentó, asimismo, llevar a cabo una comparación entre las respuestas del cuestionario de los diferentes periodistas y los datos obtenidos tras el análisis de contenido de las publicaciones sustraídas entre el 27 de noviembre del 2018 y el 27 de noviembre del 2019. Las diferentes conclusiones sobre esta comparación se explican más adelante.

6.2 Tablas de frecuencias de *As* y *Marca*

“Secciones” donde se alojaron las publicaciones de *As* y *Marca* sobre videoarbitraje según respuestas del cuestionario

En primer lugar, se preguntó a los profesionales de *As* y *Marca* sobre la frecuencia con la que creían que se podrían hallar publicaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones de los medios de comunicación donde trabajaban.

Las nueve categorías de la variable “sección” fueron:

- Portada
- Champions League
- Europa League
- Liga Santander
- Liga SmartBank
- Fútbol internacional
- Polideportivo
- Opinión
- Otros

Las distintas respuestas posibles en cuanto a frecuencia por parte de cada uno de los periodistas se dispusieron, según la escala Likert, de la siguiente manera:

- Muy Frecuentemente
- Frecuentemente
- Raramente
- Ocasionalmente
- Nunca

Ilustración 19. "Secciones" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

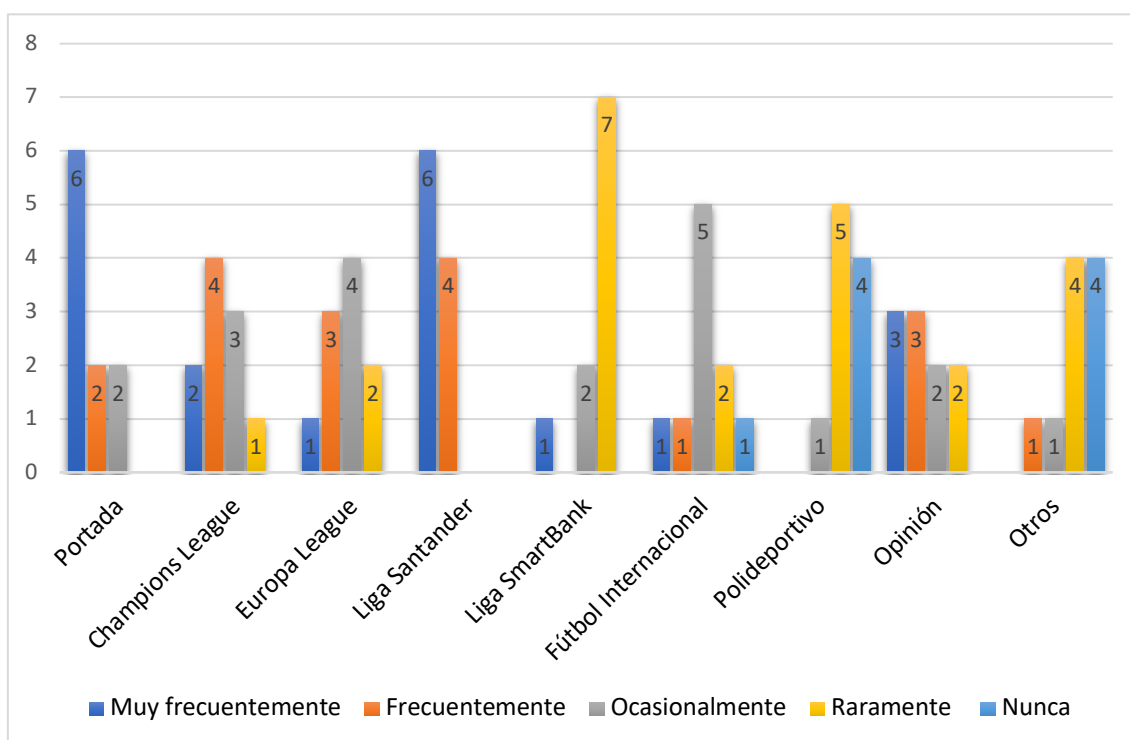


Tabla 22. "Secciones" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario"

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasional-mente	Raramente	Nunca
Portada	6	2	2	0	0
Champions League	2	4	3	1	0
Europa League	1	3	4	2	0
Liga Santander	6	4	0	0	0
Liga SmartBank	1	0	2	7	0
Fútbol internacional	1	1	5	2	1
Polideportivo	0	0	1	5	4
Opinión	3	3	2	2	0
Otros	0	1	1	4	4

La *Ilustración 19* y la *Tabla 22* ofrecen una panorámica visual sobre la opinión de los periodistas de *As* y *Marca* sobre las frecuencias en las que ellos creían que podrían encontrarse las diferentes publicaciones que abordaron el videoarbitraje en ambos medios de comunicación digital.

Llama la atención que mayoría de los periodistas de *As* y de *Marca* consultados (60%) indicaron que sería en la sección de “portada” donde se podían encontrar de forma muy frecuente” dichas publicaciones sobre videoarbitraje. En menor medida, otros periodistas de ambos medios señalaron que se podían encontrar de forma “frecuente” (20%) informaciones sobre el VAR en “portada”. Además, se encontraron respuestas de redactores que indicaron que la presencia de este tipo de publicaciones sería del tipo “ocasional” (20%) en “portada”.

Respecto a las informaciones y opiniones sobre videoarbitraje de la sección “Champions League”, hubo opiniones dispares al respecto. Un 20% de periodistas creyó que podían encontrarse de forma “muy frecuente”, un 40% que podían encontrarse de forma “frecuente”, un 30% pensó que tenían una presencia “ocasional” y tan sólo un 10% de los encuestados indicó que sería “rara”.

Las respuestas sobre la sección “Europa League” siguieron un patrón similar a las de halladas en la sección “Champions League”. Solamente un 10% de los encuestados aseguró que se podrían encontrar informaciones sobre videoarbitraje de forma “muy frecuente”. Un 30% indicó que se podían encontrar “frecuentemente”, un 40% señaló que “ocasionalmente” y un 20% escogió la respuesta “raramente”.

Otro dato que llama la atención es que un 60% de redactores *As* y *Marca* señalaron que las publicaciones sobre videoarbitraje de la sección “Liga Santander” serían “muy frecuentes”. El otro 40% de los redactores consultados las señaló como “frecuentes” en esa sección. No se encontraron otro tipo de respuestas diferentes a “muy frecuentemente” o “frecuentemente”. Por consiguiente, se observó que los encuestados declararon que la “Liga Santander” fue la sección donde se podría alojar de manera más frecuente las publicaciones sobre videoarbitraje en comparación con el resto de las secciones.

En cuanto a la “Liga SmartBank”, solamente hubo un profesional que señaló que la frecuencia de piezas sobre el VAR podría ser “muy frecuente” en esta sección (10%). La mayoría de los periodistas de ambos medios señalaron como “rara” la presencia de informaciones en la “segunda división” (70%) y el resto de los informadores indicó que su presencia podría ser “ocasional” (20%).

En la sección “fútbol internacional” el 50% de los redactores de *As* y *Marca* marcaron la opción de “ocasionalmente” como la más probable respecto al resto. Las respuestas “muy

frecuentemente” (10%), “frecuentemente” (10%), “raramente” (20%) o “nunca” (10%) fueron mencionadas, aunque en menor frecuencia.

Respecto a los datos obtenidos en la sección “polideportivo”, no hubo ninguna respuesta en el apartado “muy frecuentemente” ni en el de “frecuentemente”. La mitad de los encuestados respondieron con una frecuencia de “raramente” (50%). Otros periodistas señalaron la opción de “ocasionalmente” (10%). Resulta curioso el dato tan elevado de encuestados que opinó que “nunca” se podrían encontrar informaciones sobre videoarbitraje en la sección “polideportivo” (40%).

Hubo diversidad de opiniones respecto a la frecuencia en la que se podría encontrar piezas informativas sobre videoarbitraje en la sección de “opinión” de ambos digitales. La mayoría de las respuestas fue del tipo “muy frecuentemente” (30%) y “frecuentemente” (30%) mientras que se encontraron otros porcentajes de respuestas calificadas como “ocasionalmente” (20%) o “raramente” (20%). Ninguno de los encuestados tuvo la percepción de que la sección de “opinión” pudiera carecer completamente de informaciones sobre videoarbitraje. Por ello no se encontró respuesta alguna que señalase la frecuencia de “nunca” respecto a la sección “opinión”.

En la sección “otros” se encontraron respuestas dispares. Algunos encuestados respondieron que “nunca” podrían encontrarse piezas sobre videoarbitraje (40%), otros que la frecuencia sería de tipo “rara” (40%). En menor proporción se encontraron respuestas sobre una frecuencia “ocasional” (10%) y “frecuente” (10%).

Como conclusión respecto a este apartado, se puede indicar en función de lo datos obtenidos que la mayor parte de los redactores de *As* y de *Marca* pensó que podría haber un mayor porcentaje de informaciones sobre videoarbitraje en la sección “Liga Santander” donde el 60% de las respuestas fueron del tipo “muy frecuente” y un 40% de respuestas fue del tipo “frecuente”. En segundo lugar, los profesionales consultados manifestaron que en la sección “portada” podría existir asimismo un porcentaje elevado de este tipo de publicaciones sobre el VAR. En este sentido, se encontró que el 60% de las respuestas fue de tipo “muy frecuente”, un 20% de tipo “frecuente” y un 20% de tipo “ocasional”.

Los encuestados señalaron que en las secciones de menor frecuencia con publicaciones sobre videoarbitraje fueron “polideportivo” y “otros”

“Géneros periodísticos” de las publicaciones de *As* y *Marca* sobre videoarbitraje según las respuestas al cuestionario

Las categorías de géneros periodísticos que se tuvieron en cuenta para elaborar el cuestionario fueron:

- Noticia
- Reportaje
- Crónica
- Entrevista
- Artículo de opinión

Las distintas respuestas posibles en cuanto a frecuencia por parte de cada uno de los periodistas se dispusieron según la escala Likert de la misma manera que se llevó a cabo cuando se estudió la variable “sección”.

Por tanto, las categorías posibles para la variable “género periodístico” fueron:

- Muy Frecuentemente
- Frecuentemente
- Raramente
- Ocasionalmente
- Nunca

Ilustración 20. "Géneros periodísticos" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

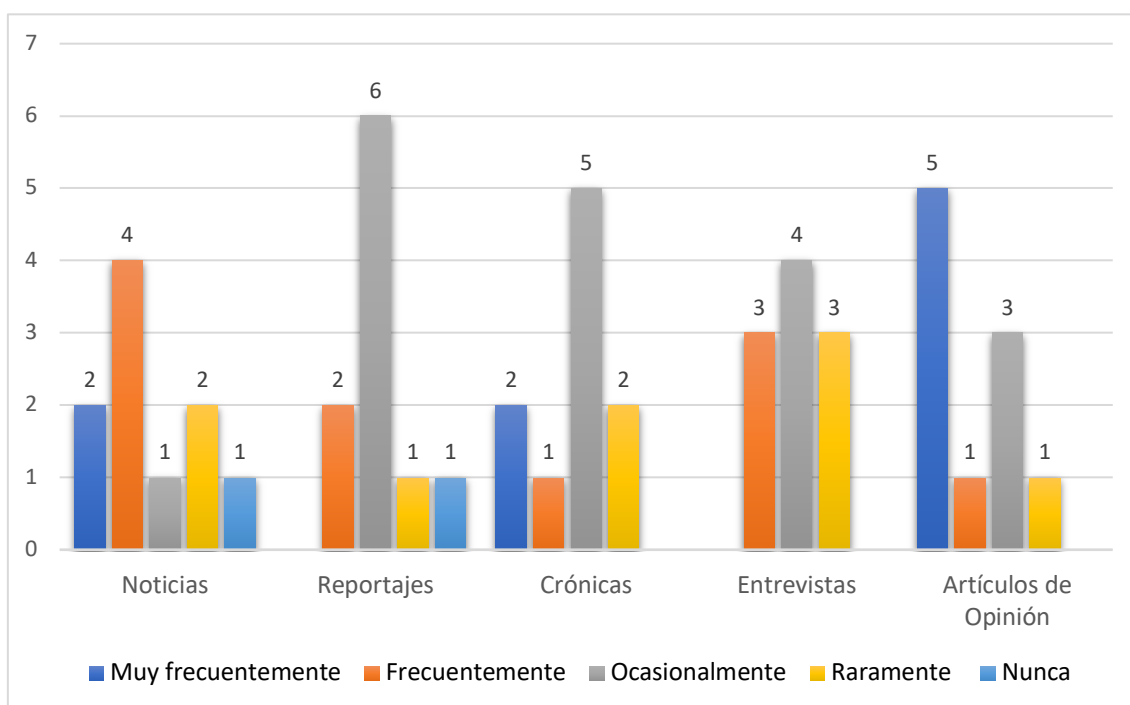


Tabla 23. "Géneros periodísticos" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Noticias	2	4	1	2	1
Reportajes	0	2	6	1	1
Crónicas	2	1	5	2	0
Entrevistas	0	3	4	3	0
Artículos de Opinión	5	1	3	1	0

La *Ilustración 20* y la *Tabla 23* reflejan las respuestas de los periodistas de *As* y *Marca* sobre el tipo de género periodístico al que creían que podrían pertenecer las informaciones publicadas sobre videoarbitraje publicadas en el medio de comunicación para el que trabajaban en ese momento.

Los periodistas indicaron en su mayoría que el género periodístico predominante con informaciones sobre el VAR fue del tipo "artículo de opinión". En concreto, el 50% de los encuestados indicó como "muy frecuente" la presencia del este género en publicaciones sobre el VAR. El 10% indicó que la presencia de "artículos de opinión" podría ser "frecuente", el 30% "ocasionalmente" y un 10% que la presencia de este tipo publicaciones se podría dar "raramente".

Otros datos en torno al resto de géneros contemplados pueden analizarse así mismo en la *Ilustración 20*. De esta manera, se pudo observar que un 20% de periodistas de los dos diarios digitales indicó que este tipo de informaciones serían del género “noticia” de forma “muy frecuente”, un 40% indicó como “frecuentemente” el tipo de género catalogado como “noticia”, un 10% “ocasionalmente”, un 20% “raramente” y tan sólo un 10% que “nunca” podrían ser del tipo “noticia” las informaciones sobre videoarbitraje.

En cuanto a la frecuencia de la presencia de “reportajes” en torno al VAR, un 60% de encuestados indicó que las publicaciones podrían tratarse de “reportajes” de forma “ocasional”, un 20% expresó que la presencia de “reportajes” sería “frecuente”, un 10% que “raramente” habría “reportajes” y un 10% pensó que en las informaciones sobre el videoarbitraje del medio donde trabaja “nunca” podría haber publicaciones del género “reportaje”.

Respecto a la frecuencia de la presencia de “crónicas” sobre el VAR, un 50% de los encuestados indicó una frecuencia “ocasional”, un 20% que podrían ser “muy frecuentes”, un 10% que podrían ser “frecuentes” y un 20% que “raramente” podrían encontrarse informaciones de este género periodístico en sus medios.

En cuanto a la presencia o no de “entrevistas” sobre VAR, la mayoría de los redactores consultados indicó que su frecuencia sería “ocasional” (40%), otros señalaron que podrían encontrarse “entrevistas” de forma “frecuente” (30%) y otros señalaron que se podrían publicar “raramente” (30%).

Contrastando los datos en varios géneros de opinión, llama la atención que hubo un 20% de periodistas de *As* y *Marca* que indicó que la presencia de informaciones sobre videoarbitraje de tipo “noticia” y “crónica” sería “muy frecuente” en ambos géneros.

Además, hubo un 40% de profesionales que indicó que sería “frecuente” la presencia de “noticias” en torno arbitraje frente a un 10% de periodistas consultados que indicó como “frecuente” la presencia de “crónicas”.

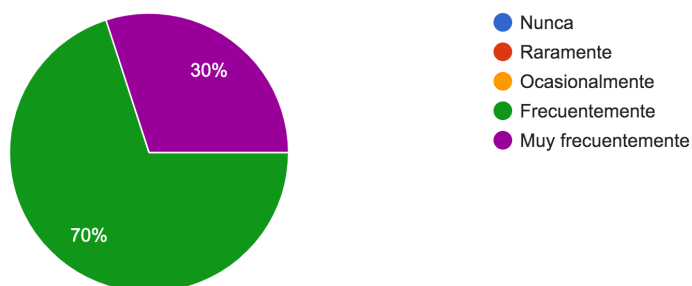
Como resumen de los resultados obtenidos respecto al “género periodístico”, se observó que la mayor parte de los redactores de *As* y de *Marca* pensó que la mayoría de las publicaciones sobre videoarbitraje pertenecerían al tipo “artículos de opinión”. El 50% de las respuestas fueron del tipo “muy frecuente” en este género respecto a otro tipo de géneros. Esto corrobora dicha tendencia.

Elementos “imágenes” en las publicaciones de *As* y *Marca* según cuestionario

Ilustración 21. Elementos "imágenes" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes?

10 respuestas



Durante el desarrollo del cuestionario, se preguntó a los diez profesionales de *As* y *Marca* sobre su percepción en torno a la frecuencia con la que las informaciones sobre videoarbitraje podían incluir la variable “elemento imágenes”.

Llama la atención que la mayoría de los profesionales consultados indicó la respuesta “frecuentemente” como opción principal (70%). El resto eligió por válida la respuesta “muy frecuentemente” (30%).

No hubo respuestas de otro tipo y se puede observar que se produjo, por tanto, cierta rotundidad a la hora de responder a la cuestión sobre la presencia de elementos “imágenes” en las informaciones sobre videoarbitraje.

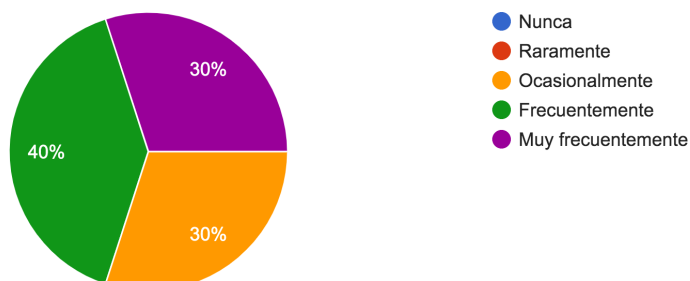
Elementos “vídeos” en las publicaciones de *As* y *Marca* según cuestionario

Durante la investigación, se consultó a los diez profesionales si creían que en las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio se había hecho uso de algún “vídeo” como recurso. La *Ilustración 21* refleja las respuestas de los profesionales encuestados.

Ilustración 22. Elementos "vídeos" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso?

10 respuestas



Se puede observar que el 40% de los encuestados afirmó que se podrían encontrar “frecuentemente” publicaciones con el elemento “vídeo”, un 30% indicó que la presencia de este recurso sería de tipo “muy frecuente” y un 30% señaló la opción “ocasionalmente”. Así se puede evidenciar en la *Ilustración 22*.

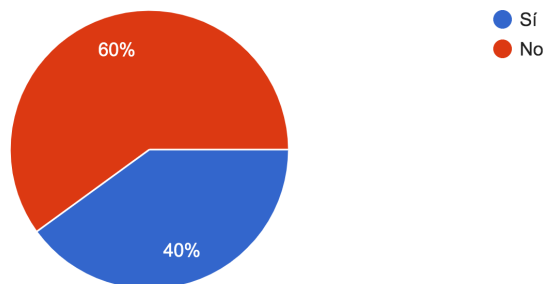
Elementos “infografías” en las publicaciones de *As* y *Marca* según cuestionario

La siguiente pregunta del cuestionario hizo referencia la percepción del uso de elementos “infografías” en las publicaciones sobre videoarbitraje en *As* y *Marca*. La *Ilustración 23* refleja los resultados obtenidos.

Ilustración 23. Elementos "infografías" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso ?

10 respuestas



Tras la *Ilustración 23*, se puede comprobar que el 60% de los encuestados contestó que, en su opinión, las publicaciones en torno al VAR no incluirían “infografías” para acompañar sus textos. Por consiguiente, un 40% contestó que sí se habría hecho uso de dicho recurso.

“Tipo de autor” en las publicaciones de *As* y *Marca* sobre videoarbitraje según cuestionario

Durante la encuesta, también se preguntó sobre el “tipo de autor” predominante como encargado de publicaciones sobre videoarbitraje. Las tres posibilidades de opciones que se dieron a los periodistas encuestados fueron: “redactor”, “experto externo” o “agencia”.

Ilustración 24. "Tipo de autor" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

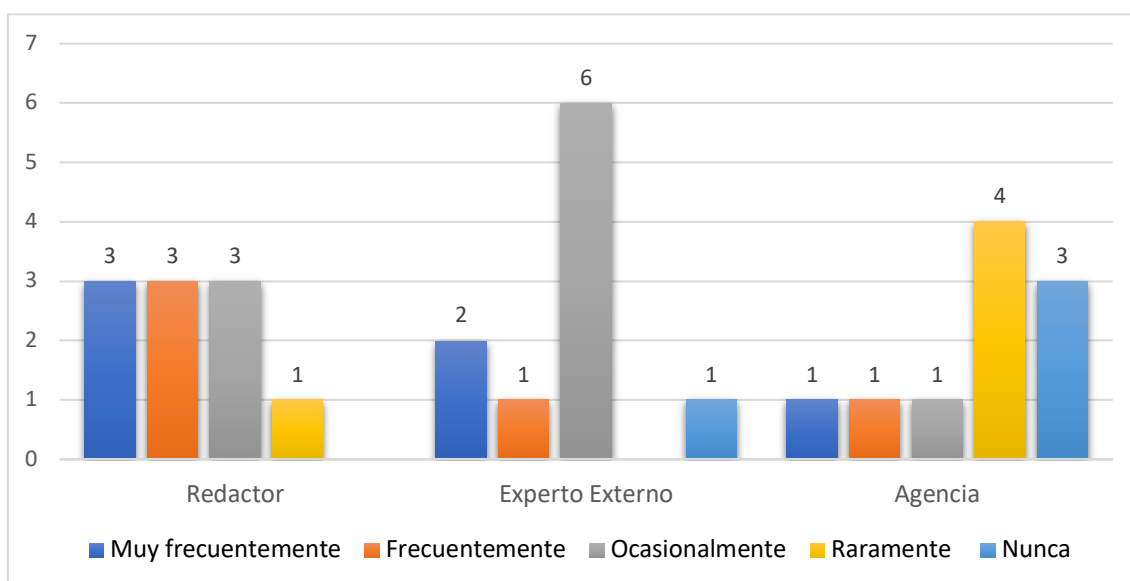


Tabla 24. "Tipo de autor" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasional-mente	Raramente	Nunca
Redactor	3	3	3	1	0
Experto Externo	2	1	6	0	1
Agencia	1	1	1	4	3

Hubo diversidad de opiniones por parte de los encuestados sobre la frecuencia con la que los “redactores” podrían encargarse de estas publicaciones.

Un 30% de periodistas encuestados de *As* y *Marca* pensó que la autoría por parte de “redactores” sería “muy frecuente”, otro 30% pensó que sería “frecuente”, otro 30% que la frecuencia sería de tipo “ocasional” y un 10% pensó que más probable sería la frecuencia “rara”. Así lo reflejan la *Ilustración 24* y la *Tabla 24*.

En cuanto a la autoría de las informaciones por parte de un “experto externo” al medio de comunicación, llama la atención que un 60% de los encuestados indicó que este responsable aparecería como firmante de la publicación de forma “ocasional”, un 20% de periodistas opinó que sería “muy frecuentemente” la presencia de este tipo de autor. El otro 10% de encuestados eligió la respuesta “frecuentemente” y el otro 10% aseguró que “nunca” se encontrarían “expertos externos” para elaborar informaciones sobre videoarbitraje en su medio.

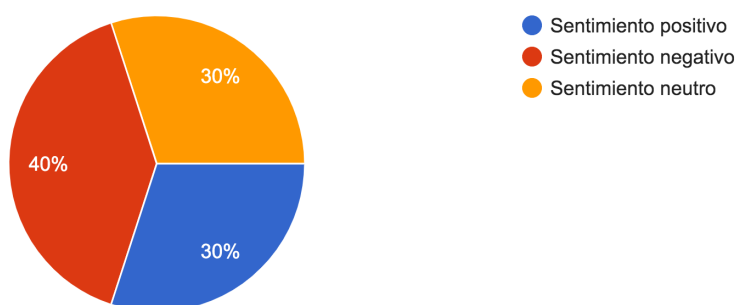
Por su parte, la autoría de “agencia” fue catalogada como “rara” por parte de un 40% de los encuestados. Un 30% de ellos contestó que “nunca” se podía dar la autoría de “agencia” en su medio. En menor medida se encontraron las opciones de “ocasionalmente” (10%), “frecuentemente” (10%) y “muy frecuentemente” (10%).

Tipo de “sentimiento” en las publicaciones de *As* y *Marca* sobre videoarbitraje según cuestionario

Ilustración 25. "Tipo de sentimiento" en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio?

10 respuestas



Otro de los apartados interesantes del cuestionario fue la opinión de los profesionales encuestados en torno al “sentimiento” de las informaciones sobre el VAR. Como puede visualizarse en la *Ilustración 25*, el 40% de los periodistas encuestados manifestó un sentimiento “negativo”, un 30% indicó un sentimiento “neutro” y otro 30% resaltó que ese sentimiento sería de tipo “positivo” en dichas publicaciones.

“Tipo de extensión” en las publicaciones de *As* y *Marca* sobre videoarbitraje según cuestionario

En cuanto al tipo de extensiones que podrían contener este tipo de piezas informativas, llama la atención que el 50% de los periodistas encuestados de ambos periódicos contestó que deberían de tener una extensión “medio-corta”, es decir, entre 300 y 500 palabras. Así se muestra en la *Ilustración 26*.

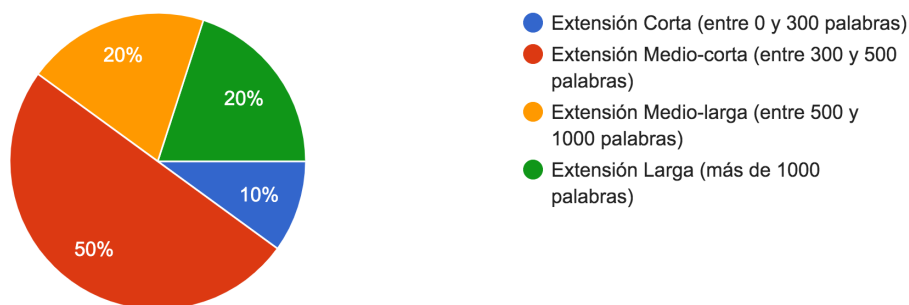
Por su parte, un 20% de encuestados coincidió con que deberían de tener una extensión “medio-larga” (entre 500 y 1000 palabras), otro 20% en que sería “larga” (más de 1000 palabras). Tan sólo un 10% indicó que esta extensión sería de tipo “corta” (entre 0 y 300 palabras).

La *Ilustración 26* indica los porcentajes de las diferentes publicaciones según su tipo de extensión en cuanto a su número de palabras.

Ilustración 26. “Tipo de extensión” en *As* y *Marca* según las respuestas al cuestionario

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio?

10 respuestas



Nuevas preguntas a periodistas de *As* y *Marca* en el cuestionario

A lo largo del cuestionario, se quiso realizar otro tipo de preguntas además de las aquellas que contemplaron las variables planteadas en la “ficha de contenido”.

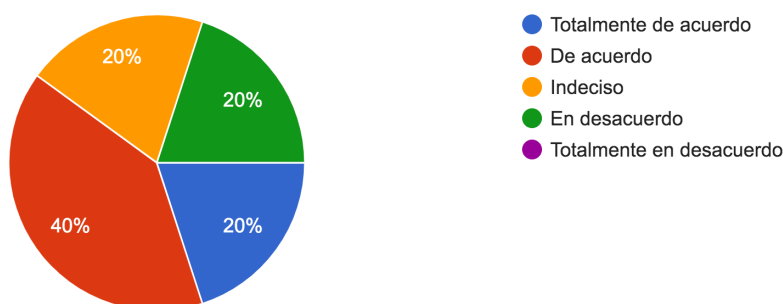
Se quiso, de esta manera, tomar el pulso de forma más profunda a la opinión de los profesionales de los medios de comunicación *As* y *Marca* sobre la llegada del videoarbitraje al fútbol profesional y el impacto de la llegada de esta nueva tecnología a los agentes relacionados con el este deporte. A continuación, se exponen y explican cada pregunta con sus correspondientes respuestas.

La opinión de los periodistas de *As* y *Marca* sobre llegada del videoarbitraje ¿Un hecho positivo para el fútbol mundial?

Ilustración 27. Percepción positiva del videoarbitraje en el fútbol profesional a nivel mundial según periodistas de *As* y *Marca*

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial?

10 respuestas



La *Ilustración 27* refleja los porcentajes de las respuestas de los periodistas de ambos medios de comunicación. El 40% de los encuestados indicó que estaba “de acuerdo” con que la llegada del videoarbitraje ha sido un hecho positivo para el fútbol profesional a nivel mundial. Un 20% indicó que estaba “totalmente de acuerdo” con esa afirmación, un 20% manifestó que estaba “indeciso” y un 20% marcó la opción de “en desacuerdo” respecto a la afirmación planteada.

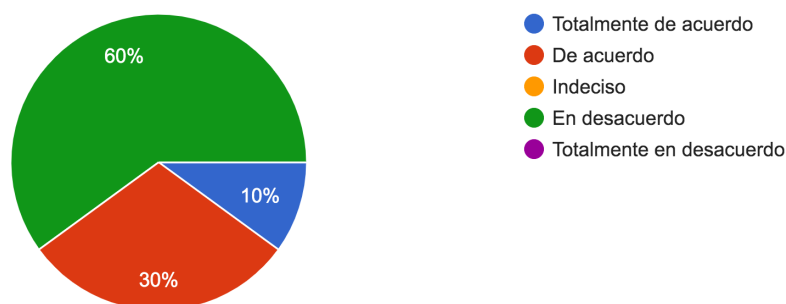
La opinión de los periodistas de *As* y *Marca* sobre la aceptación positiva de los aficionados del uso del videoarbitraje en el fútbol profesional español.

Llama la atención que el 60% de los encuestados manifestó una opinión de “desacuerdo” respecto a la aceptación del videoarbitraje por parte de los aficionados. Por otro lado, el 30% indicó que estaba “de acuerdo” con esa afirmación y sólo un 10% que estaba “en total de acuerdo”. Así lo refleja la *Ilustración 28*.

Ilustración 28. Aceptación positiva de los aficionados según periodistas de *As* y *Marca*

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



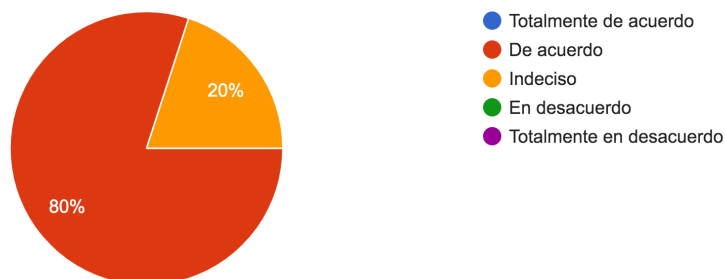
La opinión de los periodistas de *As* y *Marca* sobre la aceptación positiva de los entrenadores del uso del videoarbitraje en el fútbol profesional español

El 80% de los encuestados indicó que estaba “de acuerdo” respecto a la aceptación del videoarbitraje por parte de los entrenadores frente al 20% de encuestados que manifestó una opinión de “indeciso”. No hubo ningún otro tipo de respuestas en esta cuestión. Así se puede comprobar en la *Ilustración 29*.

Ilustración 29. Aceptación positiva de los entrenadores según periodistas de *As* y *Marca*

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas

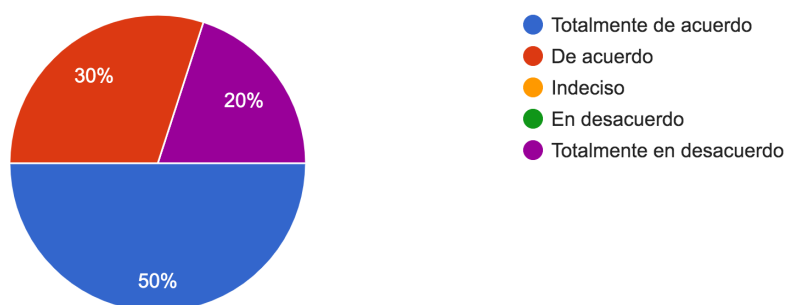


La opinión de los periodistas de *As* y *Marca* sobre la aceptación positiva de los árbitros del uso del videoarbitraje en el fútbol profesional español

Ilustración 30. Aceptación positiva de los árbitros según periodistas de *As* y *Marca*

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



Como se visualiza en la *Ilustración 30*, el 50% de los profesionales encuestados indicó una opinión “totalmente de acuerdo” respecto a la aceptación del videoarbitraje por parte

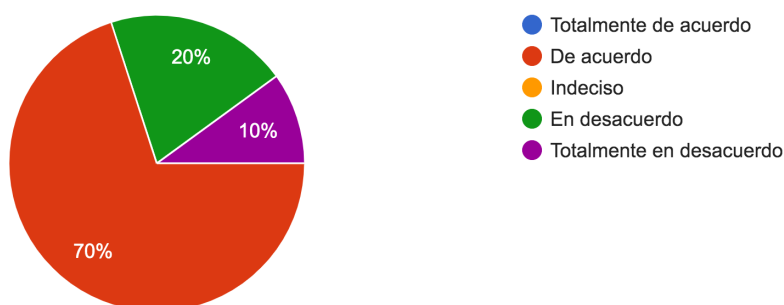
de los árbitros, un 30% manifestó que estaba “de acuerdo” con esa afirmación y un 20% indicó que estaba “totalmente en desacuerdo” con esa afirmación.

La opinión de periodistas de *As* y *Marca* sobre la aceptación positiva de los jugadores del uso del videoarbitraje en el fútbol profesional español

Ilustración 31. Aceptación positiva de los jugadores según periodistas de *As* y *Marca*

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



La *Ilustración 31* refleja de forma visual que el 70% de profesionales encuestados estaba “de acuerdo” con la afirmación de que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del arbitraje de manera oficial. En 20% indicó que estaba “en desacuerdo” respecto a esa afirmación y únicamente un 10% indicó que estaba “totalmente en desacuerdo”.

6.3 Tablas de frecuencias de *As* según respuestas a cuestionario

A continuación, se pasó a describir los datos obtenidos tras preguntar a los periodistas del medio de comunicación *As* sobre las informaciones de videoarbitraje publicadas en su medio.

Tipo de “sección” en *As* según cuestionario

Como se comentó con anterioridad, se preguntó a cinco periodistas de *As* en activo sobre el tipo de secciones donde ellos creían que se podrían encontrar informaciones sobre videoarbitraje o VAR.

Los resultados indicaron que hubo un 40% de periodistas que señaló que se podrían encontrar de forma “muy frecuente” estas publicaciones en la “portada” de *As*, otro 40% que se podrían encontrar “frecuentemente” en “portada” y solamente un 20% indicó como opción elegida la frecuencia “ocasional” en dicha sección.

En cuanto a la sección “Champions League”, hubo un 40% de redactores de *As* que señaló la opción de “frecuentemente”, un 20% la tildó de “muy frecuentemente”, otro 20% de “ocasionalmente” y el 20% restante la catalogó como “raramente”.

Cuando se centró la atención en la sección “Europa League” hubo diferentes opiniones entre los periodistas. La opción “muy frecuentemente” sólo estuvo seleccionada por el 20% de los encuestados, la de “frecuentemente” por el 40% y las frecuencias “ocasionalmente” y “raramente” fueron elegidas por el 20% de los encuestados en ambos casos.

La sección “Liga Santander” o “primera división” obtuvo un porcentaje de frecuencias elevado según los resultados reflejados. El 40% de los periodistas de *As* consultados indicó que la presencia de piezas informativas sobre videoarbitraje en esta sección sería de tipo “muy frecuente” y el 60% restante indicó que sería “frecuente” su presencia. Parece que hubo cierta unanimidad entre las respuestas de los encuestados respecto a esta sección de *As*.

En cuanto a la sección “Liga SmartBank o “segunda división”, la mayoría de las respuestas fue de “raramente” (60%) y otras fueron de tipo “ocasionalmente” (20%) o “frecuentemente” (20%).

La mayoría de las respuestas sobre la frecuencia de piezas informativas en la sección “Fútbol internacional” fue de tipo “ocasionalmente” (60%) frente a “raramente” (20%) y “nunca” (20%).

En “polideportivo” predominaron las respuestas de “raramente” (80%) frente al bajo número de respuestas de “nunca” (20%).

En la sección “opinión” se encontraron respuestas de “ocasionalmente” (40%) y “raramente” (40%) frente a un menor porcentaje de respuestas de tipo “frecuentemente” (20%).

Por último, la sección “otros” tuvo, por su parte, un porcentaje de respuestas de “nunca” del 40%, un porcentaje de respuestas de “raramente” del 40% y, por último, un 20% del tipo “ocasionalmente”.

Tabla 25. Tipo de “sección” en *As* según cuestionario

	Muy frecuente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Portada	2	2	1	0	0
Champions League	2	2	0	1	0
Europa League	1	2	1	1	0
Liga Santander	2	3	0	0	0
Liga SmartBank	0	1	1	3	0
Fútbol internacional	0	0	3	1	1
Polideportivo	0	4	0	0	1
Opinión	0	1	2	2	0
Otros	0	0	1	2	2

Tipo de “géneros periodísticos” en *As* según cuestionario

El género donde los periodistas de *As* creyeron que se ubicaron más informaciones sobre videoarbitraje fueron los “artículos de opinión”. En este sentido, un 20% de estos profesionales señaló que la presencia de informaciones catalogadas como “artículos de opinión” sobre el VAR sería de tipo “muy frecuente” y otro 20% señaló que su presencia sería “frecuente”. El resto de los periodistas indicó una frecuencia “ocasional” (40%) y “rara” (20%). Estos datos pueden observarse en la *Tabla 26*.

Tabla 26. Tipo de "géneros periodísticos" en *As* según cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuente- mente	Ocasional- mente	Raramente	Nunca
Noticias	0	1	3	0	1
Reportajes	0	1	3	0	1
Crónicas	0	1	2	2	0
Entrevistas	0	1	1	3	0
Artículos de Opinión	1	1	2	1	0

En cuanto a la presencia de informaciones catalogadas como “noticias” en *As*, un 20% de periodistas señaló que podría “frecuente”, un 60% indicó que su presencia podría ser de tipo “ocasional” y un 20% exteriorizó que “nunca” se encontrarían informaciones del género “noticia” en *As*.

Un 20% de encuestados de *As* expresó que se podrían encontrar “reportajes” sobre el VAR de forma “frecuente” en su medio. Un 60% indicó que esta frecuencia sería de tipo “ocasionalmente” y el 20% restante que, en su opinión, “nunca” podrían encontrarse “reportajes” sobre videoarbitraje en este medio en comparación con otros géneros periodísticos.

En cuanto a la presencia de “crónicas” en *As*, sólo un 20% de encuestados indicó que su presencia como “frecuente”, un 40% la señaló como “ocasional”, y otro 40% que se trataba de una presencia o frecuencia “rara”.

En cuanto a las “entrevistas”, el 60% de los encuestados indicó que la presencia de entrevistas fue “rara”, un 20% que fue “frecuente” y otro 20% que se podrían encontrar piezas informativas de tipo entrevista de forma “ocasional”.

Tipo de elementos “imágenes” en *As* según cuestionario

Durante el cuestionario también se consultó a los periodistas sobre la frecuencia que ellos creían que se emplearon elementos “imágenes” en las informaciones sobre videoarbitraje. Un 20% contestó con “muy frecuentemente” y un 80% indicó su respuesta como “frecuente”. No hubo respuestas de “ocasionalmente”, “raramente” o “nunca”.

Tipo de elementos “vídeos” en *As* según cuestionario

Durante el cuestionario también se consultó a los periodistas sobre la frecuencia con que ellos creían que se podrían haber incluido elementos “vídeos” en las informaciones sobre videoarbitraje. Un 40% contestó con “muy frecuentemente” otro 40% indicó la respuesta de “frecuentemente” y el 20% restante contestó que “ocasionalmente”.

Tipo de elementos “infografías” en *As* según cuestionario

Lo mismo se consultó respecto a la creencia sobre la creencia del uso de “infografías”. La pregunta que se formuló fue “¿Cree que la mayoría de las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso?”. Sólo había dos tipos de respuestas posibles: Sí o No.

La mayoría de los encuestados responsables de las publicaciones de *As* expresó que no creían que las informaciones sobre videoarbitraje hicieran uso de este recurso (60%) frente a un porcentaje menor de encuestados que sí creyó, por el contrario, que se emplearía este recurso en las piezas informativas de *As* (40%).

“Tipo de autor” en *As* según cuestionario

En cuanto a los tipos de autores responsables de las publicaciones sobre VAR en *As*, hubo respuestas diferentes. En cuanto al tipo “redactor”, un 20% de los encuestados indicó como respuesta válida la presencia de “muy frecuente”, un 60% eligió la presencia “ocasional” y un 20% la presencia “rara”.

En cuanto a la selección como “experto”, un 20% de periodistas del *As* encuestados calificó su presencia de “muy frecuente”, un 60% como “ocasional” y un 20% como “nunca”. La autoría de “agencia” para informaciones de videoarbitraje del *As* fue señalada como “muy frecuente” por un 20% de profesionales del este medio, por un 20% como “frecuente”, por otro 20% como “raramente” y por un 40% con una frecuencia de “nunca”.

Tabla 27. “Tipo de autor” en *As* según cuestionario

	Muy frecuente	Frecuente-mente	Ocasional-mente	Raramente	Nunca
Redactor	1	0	3	1	0
Experto Externo	1	0	3	0	1
Agencia	1	1	0	1	2

Tipo de “sentimiento” en *As* según cuestionario

La mayoría de los redactores del *As* pensaron que había un sentimiento de tipo “negativo” en las informaciones sobre el VAR en su medio. En concreto, 60% de los encuestados indicó un sentimiento “negativo”. El otro 40% indicó un sentimiento de tipo “neutro”. No se apreciaron respuestas de creencia sobre el sentimiento “positivo” respecto al VAR por parte de los redactores de *As*.

Tipo de “extensión por número de palabras” en *As* según cuestionario

Respecto al tipo de extensiones de piezas informativas sobre videoarbitraje, hubo un 20% de redactores de las que indicó que creían que se trataban de informaciones con extensión “corta” (entre 0 y 300 palabras). Además, un 20% de redactores que se decantaron por la extensión “medio-corta” (entre 300 y 500 palabras) y otro 20% indicó como opción la extensión “medio-larga” (entre 500 y 1000 palabras). Llama la atención que un 40% de respuestas de los periodistas del *As* fueron de extensión “larga” (más de 1000 palabras).

La opinión de los profesionales de *As* sobre llegada del videoarbitraje al fútbol

El 60% de los periodistas de *As* encuestados estuvo “de acuerdo” con la afirmación de la llegada del sistema de videoarbitraje fue positiva para el fútbol profesional a nivel mundial. Un 20% de profesionales indicó que estaba “indeciso” respecto a esta afirmación y otro 20% de periodistas expresó la opinión de “totalmente de acuerdo” con respecto a la cuestión planteada.

La opinión de los profesionales de *As* sobre la aceptación positiva de los aficionados

El 60% de los periodistas de *As* consultados indicó que estaba “en desacuerdo” con la afirmación de que los aficionados han aceptado de forma positiva el videoarbitraje en el fútbol profesional español. Sólo un 20% estuvo “totalmente de acuerdo” con esta afirmación y sólo un 20% estuvo “de acuerdo” con dicha afirmación.

La opinión de los profesionales de *As* sobre la aceptación positiva de los entrenadores

En cuanto a la aceptación positiva del VAR por parte de los entrenadores, el 80% de los redactores del *As* consultados estuvieron “de acuerdo” con esta afirmación mientras que hubo un 20% de “indecisión” respecto a la misma.

La opinión de los profesionales de *As* sobre la aceptación positiva de los árbitros

Hubo un 40% de profesionales de *As* que manifestó una opinión de “total desacuerdo en desacuerdo” respecto a la aceptación positiva de los árbitros del uso de videoarbitraje en el fútbol profesional español. Por otro lado, hubo otro 40% que indicó que estaba de acuerdo con esa afirmación y un 20% manifestó una opinión de “total acuerdo”.

La opinión de los profesionales de *As* sobre la aceptación positiva de los jugadores

Respecto a la opinión de periodistas de *As* que participaron en la encuesta sobre la aceptación positiva de los jugadores respecto al uso del videoarbitraje, hubo un 20% de encuestados que indicó una posición de “total desacuerdo”, un 40% indicó que estaba “desacuerdo” y otro 40% señaló que estaba “de acuerdo” con dicha afirmación.

6.4 Tablas de Frecuencias de *Marca* según las respuestas del cuestionario

Durante la investigación, también se describieron los datos obtenidos tras preguntar a los redactores de *Marca* sobre las informaciones de videoarbitraje publicadas en su medio.

Tipo de “secciones” en *Marca* según cuestionario

Se preguntó a los encuestados de *Marca* con qué frecuencia creían ellos que podrían encontrarse informaciones sobre videoarbitraje en el medio de comunicación especializado para el que trabajaban. Llama la atención que el 80% de los encuestados indicó como respuesta la opción de “muy frecuentemente” en la sección “portada”. El otro 20% de encuestados indicó que la frecuencia en “portada” sería “ocasional”. Así puede observarse en la *Tabla 28*.

Tabla 28. Tipo de "sección" en *Marca* según cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Portada	4	0	1	0	0
Champions League	1	2	2	0	0
Europa League	0	1	3	1	0
Liga Santander	4	1	0	0	0
Liga SmartBank	0	0	1	4	0
Fútbol internacional	1	1	2	1	0
Polideportivo	0	0	1	1	3

Opinión	3	2	0	0	0
Otros	0	1	0	2	2

En cuanto a la sección “Champions League”, hubo un 40% de encuestados de *Marca* que contestó como “frecuente” la presencia de publicaciones de videoarbitraje en dicha sección. Otro 40% indicó que la frecuencia sería “ocasional” y un 20% se decantó por la respuesta “muy frecuentemente”.

Se encontró un 60% de respuestas sobre la frecuencia “ocasional” de informaciones sobre videoarbitraje en la sección “Europa League” de *Marca*. Además, se halló un 20% de respuestas que se decantaron por la opción “frecuentemente” y otro 20% por la opción “raramente” en esta sección.

Respecto a la sección “Liga Santander”, llama la atención la presencia de un 80% de respuestas que se decantó por la opción de “muy frecuentemente” respecto a la presencia de informaciones del VAR en *Marca*. El otro 20% de encuestados indicó que su presencia fue “frecuente”.

El 80% de profesionales de *Marca* indicó como “rara” la presencia de informaciones del VAR en la sección “Liga SmartBank” o “segunda división”. El otro 20% señaló que la presencia sería de tipo “ocasional”. No hubo respuestas de tipo “frecuentemente” o “muy frecuentemente” respecto a esta sección.

En cuanto a la presencia de piezas informativas sobre el VAR en la sección “fútbol internacional” de *Marca*, hubo opiniones dispares. Se observaron frecuencias de “muy frecuente” (20%), “frecuente” (20%), “rara” (20%) y “ocasional” (40%).

En cuanto a la sección de “polideportivo”, llama la atención que el 60% de encuestados indicó que nunca se podrían encontrar informaciones de VAR en la misma. Un 20% indicó que podría darse su presencia de forma “ocasional” y otro 20% de forma “rara”.

Por otro lado, un 60% de periodistas de *Marca* indicó como “muy frecuente” la presencia de informaciones de VAR en la sección “opinión”. El otro 40% señaló como “frecuente” la presencia de las mismas.

En cuanto a la sección “otros”, un 20% expresó que la presencia fue “frecuente”, un 40% indicó una presencia de tipo “rara” y otro 40% señaló la opción de “nunca” a la hora de opinar sobre el tipo de frecuencia de esta sección.

Tipo de “géneros periodísticos” en *Marca* según cuestionario

Se consultó a los profesionales de *Marca* sobre el tipo de géneros a los que se podrían corresponder las piezas informativas que abordaban el tema del videoarbitraje en su medio.

Tabla 29. Tipo de "géneros periodísticos" en *Marca* según el cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Raramente	Nunca
Noticias	2	3	0	0	0
Reportajes	0	1	3	1	0
Crónicas	2	0	3	0	0
Entrevistas	0	2	3	0	0
Artículos de Opinión	4	0	1	0	0

Llama la atención que el 60% indicó que la presencia de informaciones del tipo “noticia” fue “frecuente” y el 40% de encuestados indicó que fue “muy frecuente” dicha presencia. No hubo periodistas que señalasen otro tipo de frecuencia como “ocasional”, “rara” o “nunca”.

El 60% de redactores consultados de *Marca* indicó que la presencia de “reportajes” sobre el VAR sería “ocasional”. Un 20% indicó que fue “frecuente” y el otro 20% que fue “rara”.

En cuanto a la presencia de “crónicas”, hubo un 40% de respuestas de “muy frecuentemente” y un 60% de tipo “ocasionalmente”. No se encontraron respuestas de cualquier otro tipo.

Respecto a las “entrevistas”, un 60% de profesionales indicó asimismo que su frecuencia sería del tipo “ocasional” y un 40% que sería del tipo “frecuente”.

Llama la atención que un 80% de encuestados de *Marca* indicó que la presencia de “artículos de opinión” sobre el VAR sería de tipo “muy frecuente”. El otro 20% indicó que sería de tipo “ocasional”.

Tipo de elementos “imágenes” en *Marca* según cuestionario

Se les preguntó a los periodistas de *Marca* con qué frecuencia creían ellos que las informaciones sobre el videoarbitraje podrían incluir elementos “imágenes”. El 40% de ellos indicó que su presencia sería de tipo “muy frecuente” y el 60% indicó que sería “frecuente”.

Tipo de elementos “vídeos” en *Marca* según cuestionario

En cuanto al uso de “vídeos” como recurso, un 20% indicó que su uso sería de tipo “muy frecuente”, un 40% de tipo “frecuente” y el 40% restante de tipo “ocasional”.

“Infografías” en *Marca* según cuestionario

Respecto al uso de infografías, la mayoría de los encuestados responsables de las publicaciones de *Marca* indicó que sí creían que las informaciones sobre videoarbitraje harían uso de este recurso (60%) frente a un porcentaje menor de encuestados que creyó que sí que se hizo uso de este recurso (40%).

Resulta interesante comparar estas opiniones de los periodistas de *Marca* con los de *As*, pues resultaron ser diferentes. En *As*, hubo un 60% de profesionales que sí creyeron en el uso del recurso “infografía” en sus informaciones. En cambio, en *Marca*, hubo un 60% de periodistas que creyeron que no se emplearía dicho recurso.

“Tipo de autor” en *Marca* según cuestionario

Durante la investigación también se preguntó a los periodistas de *Marca* sobre el tipo de autor predominante a la hora de publicar piezas periodísticas sobre videoarbitraje en este medio. Fue el tipo “redactor” el más destacado puesto que un 40% de encuestados escogió la opción “muy frecuente” y un 60% eligió la respuesta “frecuente”.

Por otro lado, sólo 20% de los redactores de *Marca* indicó como “muy frecuente” la autoría de informaciones por parte de “expertos externos”, un 20% la señaló como “frecuente”, y el 60% restante la señaló como “ocasional”.

En cuanto a la autoría por parte de “agencia” de informaciones de VAR en *Marca*, la mayoría de encuestados indicó una presencia de “raramente” (60%), un 20% de ocasionalmente y el otro 20% escogió la opción “nunca”.

Tabla 30. “Tipo de autor” en *Marca* según cuestionario

	Muy frecuentemente	Frecuente- mente	Ocasional- mente	Raramente	Nunca
Redactor	2	3	0	0	0
Experto Externo	1	1	3	0	0
Agencia	0	0	1	3	1

Tipo de “sentimiento” en *Marca* según cuestionario

Llama la atención que la mayoría de encuestados de *Marca* indicó que las informaciones de VAR en su periódico tenían un sentimiento del tipo “positivo” (60%). En proporción menor se encontraron las respuestas que señalaron un sentimiento “negativo” (20%) y “neutro” (20%).

Tipo de “extensión por número de palabras” en *Marca* según cuestionario

Es preciso destacar que hubo un 80% de periodistas de *Marca* que creyó que las publicaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio contenían una extensión “medio-corta” (entre 300 y 500 palabras). Tan sólo un 20% de redactores de *Marca* comentó que esa extensión podría ser “medio-larga” (entre 500 y 1000 palabras). No señalaron otras opciones de extensión en el cuestionario.

La opinión de los profesionales de *Marca* sobre la llegada del videoarbitraje al fútbol profesional a nivel mundial

El 40% de los periodistas encuestados de *Marca* estuvo “en desacuerdo” con la afirmación de que la llegada del sistema de videoarbitraje había sido positiva para el fútbol profesional a nivel mundial.

Un 20% de profesionales indicó que estaba “indeciso” respecto a esta afirmación, un 20% señaló que estaba “de acuerdo” con la misma y un 20% indicó que estaba “totalmente de acuerdo”.

La opinión de los profesionales de *Marca* sobre la aceptación positiva de los aficionados

El 60 % de los encuestados de *Marca* indicó que estaba “en desacuerdo” con la afirmación de que los aficionados habían aceptado de forma positiva el uso oficial del videoarbitraje en el fútbol profesional español. Por otro lado, el 40% que indicó que estaba “de acuerdo” con dicha afirmación.

La opinión de los profesionales de *Marca* sobre la aceptación positiva de los entrenadores

Llama la atención la casi unanimidad en las respuestas por parte de los periodistas de *Marca* en esta cuestión. El 80% de los encuestados estuvo “de acuerdo” respecto a la aceptación positiva de los entrenadores sobre el uso oficial del videoarbitraje en el fútbol profesional español. El otro 20% manifestó una opinión de “indecisión” respecto a dicha cuestión.

La opinión de los profesionales de *Marca* sobre la aceptación positiva de los árbitros

Casi la totalidad de los periodistas de *Marca* consultados estuvieron “totalmente de acuerdo” con la aceptación positiva de los árbitros del uso oficial del videoarbitraje en el fútbol profesional español (80%) y el resto de las respuestas indicó que estaba “de acuerdo” con dicha pregunta (20%).

La opinión de los profesionales de *Marca* sobre la aceptación positiva de los jugadores

El 100% de los periodistas consultados del diario *Marca* indicó que estaba “de acuerdo” con la aceptación positiva de los jugadores de fútbol profesional en cuanto al uso oficial del videoarbitraje en el fútbol profesional.

6.5 Comparación y diferencias entre las respuestas al cuestionario de los periodistas de *As* y *Marca*

Como se ha explicado, la investigación persigue el objetivo prioritario de encontrar aquellas diferencias entre el tratamiento informativo por parte de los medios digitales *As* y *Marca* en cuanto a las informaciones publicadas sobre videoarbitraje.

A la hora de analizar los resultados obtenidos tras el cuestionario repartido entre cinco periodistas digitales de *As* y cinco periodistas de *Marca*, se empleó un análisis estadístico no paramétrico para profundizar en la investigación e intentar descubrir diferencias entre las respuestas de ambos grupos de periodistas.

A continuación, se explican las disconformidades. Se escogió el estadístico Chi-cuadrado para determinar si había diferencias o no entre las respuestas sobre las frecuencias de informaciones y el grado de conformidad que habían expresado los dos grupos de profesionales de cada medio de comunicación. El programa SPSS no indicó ningún aviso cuando se trataron los datos pese a que la muestra estaba constituida únicamente por diez encuestados.

En términos generales, se puede decir que no hubo diferencias estadísticamente reseñables entre las respuestas de ambos grupos. Aunque sí que se pudieron apreciar pequeñas diferencias a simple vista, la estadística indicó que no fueron lo suficientemente sustanciales como para ser significativas.

A continuación, se explican las disconformidades en función de las distintas preguntas correspondientes al cuestionario.

Pregunta: ¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las “secciones” del medio donde trabaja?

Tras establecer el estadístico Chi-cuadrado, se descubrió que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($X^2(2) = 2,667$; $p=0,264$) entre las respuestas de ambos grupos de periodistas sobre la frecuencia en la presencia de informaciones sobre videoarbitraje en la “portada” de sus medios.

El 80% de periodistas de *Marca* señalaron la opción “muy frecuentemente” frente al 40% profesionales de *As* que indicaron la opción “muy frecuentemente” respecto a las informaciones que se podrían encontrar en “portada”.

Tampoco se encontraron diferencias significativas entre las respuestas de ambos grupos de periodistas respecto a las secciones de “Champions League” ($X^2(3) = 1,333$; $p=0,721$), “Europa League” ($X^2(3) = 2,333$; $p=0,506$), “Liga Santander” ($X^2(1) = 1,6667$; $p=0,197$), “Liga SmartBank” ($X^2(2) = 1,143$; $p=0,565$), “fútbol internacional” ($X^2(4) = 3,200$; $p=0,525$), “polideportivo” ($X^2(2) = 3,800$; $p=0,150$), “opinión” ($X^2(3) = 7,333$; $p=0,062$) y “otros” ($X^2(3) = 2,000$; $p=0,572$).

Pregunta ¿A qué tipo de “género periodístico” cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio?

En este apartado, el estadístico Chi-cuadrado tampoco detectó ninguna diferencia estadísticamente significativa ($X^2(4) = 7,000$; $p=0,136$) entre las respuestas de los periodistas de *As* y *Marca* respecto a la elección de “noticia” como tipo de género predominante en cuanto a información sobre VAR. Tampoco se encontraron diferencias significativas con la comparación de las respuestas de ambos grupos de redactores en cuanto al género “reportaje” ($X^2(3) = 2,000$; $p=0,572$), “crónica” ($X^2(3) = 5,200$; $p=0,158$), “entrevista” ($X^2(2) = 4,333$; $p=0,115$), y “artículo de opinión” ($X^2(3) = 4,133$; $p=0,247$).

Pregunta ¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos “imágenes”?

Tras establecer el Chi-cuadrado, tampoco se apreció alguna diferencia estadísticamente significativa ($X^2(1) = 0,476$; $p=0,409$) entre las respuestas de los redactores de ambos periódicos digitales.

Pregunta ¿Cree que la mayoría de las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna “infografía” como recurso?

De igual manera, tampoco se apreciaron diferencias significativas a nivel estadístico ($X^2(1) = 0,000$; $p=1$). De hecho, las respuestas fueron iguales por parte de los periodistas en cada uno de los medios.

Pregunta: ¿Qué “tipo de autor” de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje?

Tras establecer el Chi-cuadrado no se establecieron diferencias a la hora de elegir la frecuencia de los “redactores” como tipo de autores ($X^2(1) = 7,333$; $p=0,062$), ni “expertos externos” ($X^2(3) = 2$; $p=0,572$) ni “agencias” ($X^2(4) = 4,333$; $p=0,363$).

Pregunta ¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio?

Tampoco se encontraron diferencias significativas ($X^2 (2) = 4,333$; $p=0,115$) entre las respuestas de los periodistas de ambos medios tras establecer el Chi-cuadrado.

Pregunta ¿Qué tipo “extensiones en cuanto al número de palabras” cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio?

En esta misma línea, no se hallaron diferencias significativas ($X^2 (3) = 4,800$; $p=0,187$) respecto a la creencia de ambos grupos de periodistas sobre la “extensión por número de palabras” de las informaciones sobre videoarbitraje.

Respecto a la pregunta “¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial?” tampoco se hallaron diferencias significativas ($X^2 (3) = 3,000$; $p=0,392$) al respecto.

En relación con la pregunta que se formuló a ambos grupos “¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?” No se hallaron diferencias significativas ($X^2 (3) = 1,333$; $p=0,513$).

Tampoco hubo diferencias significativas ($X^2 (1) = 0,000$; $p=1,000$) entre las respuestas a la pregunta “¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?”

Ocurrió lo mismo con relación a la pregunta “¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?” El estadístico Chi-cuadrado reflejó que no había diferencias ($X^2 (2) = 4,133$; $p=0,127$).

Respecto a la pregunta “¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?” tampoco se

encontraron diferencias estadísticas entre las respuestas de periodistas de *As* y *Marca* ($X^2(2) = 4,286; p = 0,117$) en esta última ocasión.

**TERCERA PARTE. DISCUSIÓN,
CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE
INVESTIGACIÓN**

CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A la hora de poner fin al presente trabajo, tras el análisis de contenido y el análisis de las respuestas al cuestionario, se han querido esbozar las principales conclusiones.

Como se explicó en la introducción, esta investigación se ha enmarcado dentro del campo de la comunicación y del análisis informativo. De esta manera, se ha abordado un tema específico que es la proyección del videoarbitraje en el fútbol profesional español por parte de los medios de información deportiva digital con más difusión en España.

Esta tecnología consiste en un sistema de asistencia arbitral cuya misión fundamental radica en otorgar soporte al colegiado principal para evitar posibles errores humanos que resulten clamorosos porque condicionen el rumbo o el resultado del juego.

Si bien el objeto de estudio de la tesis doctoral atiende a temas correspondientes a las ciencias de la información, sería imposible haber abordado una cuestión de ámbito científico sin el previo estudio del contexto histórico y social que tuvo el deporte en España y, en concreto, el papel que ocupó el fútbol. De esta manera, consideró el hecho de que el videoarbitraje ha sido estudiado desde otras disciplinas tales como las ciencias de la educación física, la sociología o la psicología.

A la hora de abordar la investigación, también fue imprescindible remontarse a los orígenes del deporte haciendo hincapié en el nacimiento del fútbol como espectáculo de masas. Asimismo, se efectuó una recapitulación documental de los inicios del arbitraje y su evolución. También se llevó a cabo una revisión de la incorporación de la tecnología en el deporte a lo largo del tiempo y se profundizó sobre la implicación de ésta en el fútbol profesional. Sin estas consideraciones hubiera sido imposible comprender de forma global la puesta en marcha del videoarbitraje.

En concreto, la tesis ha perseguido como objetivo investigar la forma y el contenido de las publicaciones de los medios de comunicación deportivos digitales *As* y *Marca* que mencionaron el videoarbitraje o VAR en un período comprendido entre el 27 de noviembre de 2018 y el 27 de noviembre de 2019.

Se estudiaron elementos formales, como la sección que ocupó cada publicación dentro de cada medio de comunicación digital, el género periodístico predominante de dichas piezas o el tipo de autor encargado de elaborarlas, entre otros elementos.

Se tuvieron en cuenta otras variables como el sentimiento respecto al videoarbitraje que manifestó cada una de las piezas periodísticas estudiadas, si el VAR fue el tema principal sobre el que versaron dichos contenidos o si simplemente lo mencionaron. Asimismo, se cuantificó el número de palabras que contenía cada texto periodístico. Para poder llevar a cabo el estudio se utilizó la metodología de análisis de contenido.

El trabajo se reforzó con la elaboración de un cuestionario el cual se envió a cinco periodistas de *As* y cinco periodistas de *Marca*. Se recopilaron y se estudiaron las respuestas de los profesionales de la información y se compararon con los datos obtenidos tras el análisis de contenido. Para el análisis inferencial se aplicaron estadísticos no paramétricos. Concretamente se utilizó la prueba de Chi-cuadrado.

El VAR se instauró por primera vez en la primera división de la LFP de España durante la temporada 2018/2019. La aplicación de esta nueva tecnología tuvo una notable cobertura mediática. Los medios digitales *As* y *Marca* proporcionaron contenidos para poder satisfacer la demanda informativa.

De esta manera, durante el período comprendido entre el 27 de noviembre del 2018 y el 27 de noviembre del 2019 se publicaron 4.756 informaciones que incluyeron la palabra “VAR” o “videoarbitraje” en los digitales *As* y *Marca*. Este hecho da a entender que el objeto de estudio tiene la suficiente envergadura como para ser tratado por parte de las ciencias de la información.

A partir de esta primera consideración, la investigación pudo ponerse en disposición de acometer el estudio del tratamiento informativo proyectado por los dos medios de especialización deportiva *As* y *Marca*.

Las conclusiones principales buscaron responder a las seis preguntas de investigación formuladas al inicio de la tesis. Las respuestas a dichas preguntas se exponen y se desarrollan a continuación.

1. ¿En qué medida aparecen informaciones en los digitales *As* y *Marca* con relación

al videoarbitraje o VAR?

Durante el proceso de recopilación de datos, se hallaron 4.756 piezas informativas que incluyeron la palabra “videoarbitraje” o “VAR” en *As* y *Marca* desde el 27 de noviembre del año 2018 hasta el 27 de noviembre del 2019.

Este número significativo de informaciones reveló que se trataba de un tema de suficiente envergadura para merecer un estudio científico. Las piezas periodísticas se analizaron escrupulosamente a través de la técnica de análisis de contenido.

Se encontraron informaciones que abordaron el VAR en profundidad y otras que simplemente lo mencionaron. Por este motivo, se incluyó la variable “VAR tema principal” que permitió hacer una distinción entre las mismas.

2. ¿Qué características presentan este tipo de informaciones en cuanto al tratamiento que hacen de ellas *As* y *Marca*?

Tras el análisis descriptivo de los datos, se pudieron detectar ciertas características propias en los grupos de informaciones publicadas por *As* y *Marca*.

Cuando se analizaron las publicaciones, se pudo observar que la mayoría de las piezas periodísticas de *As* y *Marca* prescindieron del uso de los vídeos como recursos audiovisuales. En concreto, se observó que hubo un porcentaje más elevado de informaciones de *As* y *Marca* que no incluyeron vídeos (57,7%) que de aquellas que sí lo incluyeron (42,3%). Por otro lado, tras el cuestionario, se consultó a los periodistas sobre la frecuencia con la que ellos creían que podrían estar presentes los vídeos en las informaciones sobre videoarbitraje. Un 40% contestó con la respuesta de “muy frecuentemente” otro 40% resaltó la respuesta de “frecuentemente”. El 20% restante contestó que “ocasionalmente”.

Por lo tanto, se pudo detectar un contraste entre las respuestas de los profesionales encuestados, que indicaron que la mayoría de las informaciones podrían contener vídeos

de forma muy frecuente (40%) y los resultados obtenidos tras el análisis de contenido donde se observó que mayoría de las publicaciones carecían del elemento “vídeo”.

La menor utilización de los vídeos en las piezas periodísticas consideradas estaría relacionada con los derechos de explotación de los mismos por parte de los periodistas.

En la actualidad, los derechos de la retransmisión de imágenes y vídeos corren a cargo de la LFP. Los medios digitales tienen acuerdos comerciales con La Liga para poder emitir vídeos en dichas publicaciones. Esos medios reciben una cantidad determinada y predefinida de contenido audiovisual por parte de La Liga, su proveedor. Los clips de vídeo que reciben tienen fecha de caducidad. Por lo tanto, al cabo de unos cuatro meses, las webs de los periódicos digitales ya no pueden emitirlos y ofrecerlos a sus usuarios. De aquí se explica el elevado porcentaje de publicaciones de *As* y *Marca* que se hallaron con ausencia de vídeos.

Otra de las conclusiones de la investigación fue que la mayor parte de las informaciones consideradas en ambos medios no trató el videoarbitraje como tema principal pese a que sí que incluyeron el término “videoarbitraje” o “VAR” en alguna parte de su texto.

Llama la atención que en más de una de cada tres publicaciones de ambos periódicos el VAR no fue considerado tema principal (64,9%). En concreto, en el diario *As*, tan sólo un 34,9% de publicaciones consideró el videoarbitraje como tema principal y en el caso de *Marca* este porcentaje fue tan sólo del 35,6%. Por lo tanto, se puede afirmar que, en la mayoría de las informaciones del corpus consideradas en este trabajo, sólo se mencionan los términos “videoarbitraje” o “VAR” y, por lo tanto, no abordaron el sistema de vídeo como tema central.

Otra característica de las publicaciones de *As* y *Marca* fue que la gran mayoría de ellas estuvieron alojadas en la sección “Liga Santander”, una sección que englobaba las informaciones relacionadas con la primera división de la LFP. El porcentaje de publicaciones de ambos medios incluidas en esta sección fue del 45,5% respecto al resto de secciones. Por lo tanto, se puede decir que el videoarbitraje fue un tema tratado mayoritariamente por parte de los periodistas en “Liga Santander”.

Tras el cuestionario, se detectó que los periodistas de *As* y *Marca* indicaron que la frecuencia de las publicaciones sobre videoarbitraje se concentrarían mayoritariamente secciones de “Liga Santander” y “portada”. Esto tiene sentido dado que el videoarbitraje

se estableció de manera oficial en la temporada 2018/2019 en la primera división de fútbol o Liga Santander y, por lo tanto, la mayor parte de los contenidos sobre esta temática versarían en dichas secciones. Es preciso recordar que el VAR no llegaría hasta la Liga SmartBank o segunda división hasta la temporada 2019/2020.

Resulta curioso contemplar el hecho de que los periodistas creyeran que en la sección “portada” podrían encontrarse informaciones sobre el videoarbitraje cuando, tras el análisis de contenido, tan sólo se halló una publicación sobre videoarbitraje en dicha sección.

Otro de los descubrimientos tras el análisis de contenido fue que el sentimiento predominante en la mayoría de las informaciones de *As* y de *Marca* fue el neutro. Por lo tanto, según los datos obtenidos, se pudo afirmar que no existió una evidencia clara y manifiesta de tendencia hacia el sentimiento positivo (aceptación del VAR) o negativo, (rechazo del VAR) sobre el videoarbitraje.

En su lugar, según lo observado, el sentimiento predominante de las publicaciones incluidas en el corpus fue el neutro. En concreto, los datos reflejaron un porcentaje de informaciones de *As* (58,1%) y de *Marca* (48,1%) con sentimiento neutro. Este porcentaje supone un 55,5% de informaciones neutras de ambos medios. De aquí se puede evidenciar que los periodistas obraron con objetividad a la hora de elaborar informaciones y opiniones.

Analizando los datos en mayor profundidad, se pudo averiguar que no se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre la variable “sentimiento” en ambos diarios digitales especializados. Por lo tanto, no se pudo corroborar si hubo un sesgo positivo o negativo por parte de alguno de los medios de comunicación. En otras palabras, no se pudo demostrar que hubiera una tendencia de sentimiento más favorable, o desfavorable, hacia la aplicación del VAR por parte de *As* o *Marca*.

En el análisis de las piezas informativas, también se encontró un 25,2% de publicaciones de ambos periódicos con un sentimiento negativo y 19,7% de publicaciones con sentimiento de tipo positivo.

Resulta interesante comprobar que, tras el cuestionario, la percepción sobre el sentimiento hacia el videoarbitraje por parte de las informaciones fue en su mayor parte negativo (40%), cuando en verdad, la mayoría de las informaciones resultaron tener un sentimiento

neutro (55,5%). Quizás este hecho tiene relación con el elevado número de informaciones que no consideraron el VAR como tema principal. Esto demuestra que en muchas piezas informativas únicamente mencionaron la palabra “VAR” o “videoarbitraje”. Con ello se computaron una gran cantidad de publicaciones neutras sobre el VAR que no fueron negativas como sí creyeron que lo serían la mayor parte de los periodistas que trabajan en *As* y *Marca* consultados.

3. ¿Existen diferencias estadísticamente significativas entre los dos medios digitales analizados, *As* y *Marca*? ¿Tienen un sesgo positivo o negativo respecto al VAR?

El trabajo llevado a cabo corrobora la hipótesis formulada al inicio de la investigación. Esta hipótesis H_1 planteaba que sí existían diferencias entre las informaciones publicadas por *As* y *Marca* sobre videoarbitraje. Por otro lado, la hipótesis H_0 planteaba que no existían diferencias entre las publicaciones de ambos medios de comunicación.

Tras el análisis de la forma y el contenido de las informaciones de ambos medios de comunicación en el período comprendido entre el 27 de noviembre de 2018 y 27 de noviembre de 2019, se pudo demostrar la existencia de diferencias estadísticas destacadas, concretas y contrastadas.

Es preciso recordar que, durante el diseño de la primera parte de la investigación, es decir, durante el análisis de contenido, se incluyeron doce variables con diversas categorías para poder elaborar las unidades de análisis.

En concreto, se descubrió que hubo cinco casos en los que hubo diferencias. Los cinco casos fueron: el género periodístico, el uso de fotografías, el uso de infografías, el tipo de autor empleado y el tipo de extensión de palabras de cada texto correspondiente a cada publicación sobre videoarbitraje.

Dichos casos se desarrollan a continuación:

1. Hubo diferencias entre las informaciones de *As* y *Marca* atendiendo a la variable “género periodístico”. Mientras en el diario *As* el género periodístico predominante de informaciones sobre videoarbitraje fueron las crónicas (35,3%) seguidas de las noticias (34,4%), en el diario *Marca* fueron las noticias (38,5%) seguidas de las entrevistas (23,1%).

Además, hubo más del doble de reportajes sobre el VAR en *Marca* (15,4%) que en *As* (7,5%). Resulta curioso comprobar que la mayoría de los encuestados indicó que las publicaciones sobre videoarbitraje en ambos medios de comunicación digital se tratarían de artículos de opinión. Es un dato que contrasta con los resultados obtenidos tras el análisis de la muestra de 345 informaciones donde se encontró que la mayoría de las piezas informativas de *As* y *Marca* fueron noticias (35,7%) seguidas por crónicas (29,9%).

En la muestra se halló además el género periodístico menos frecuente fue el del género de opinión (8,1%). Este hecho aporta un nuevo dato sobre el que es preciso profundizar. Podría resultar que, mientras la mayoría de los periodistas piensa que en los medios de comunicación se opina mucho sobre el VAR y que existe un amplio debate de opinión respecto al uso de la herramienta, en verdad, la mayoría de las publicaciones se caracterizan por ser de tipo “noticias” o “crónicas” y hay poca presencia de “artículos de opinión” en proporción al resto de géneros contemplados.

Los datos obtenidos guardan relación con el hallazgo de que la mayoría de las publicaciones de *As* y *Marca* manifestaron un sentimiento neutro. Este hecho indica que, aunque aparentemente se cree que la mayoría de las piezas periodísticas podrían tener un sentimiento positivo o negativo respecto al VAR, lo cierto es que hubo un predominio de aquellas que sólo lo mencionaron y que manifestaron un sentimiento neutro respecto al mismo.

Por lo tanto, aunque presuntamente existe una opinión polarizada, a favor o en contra sobre el VAR, en los medios de comunicación y en los seguidores del fútbol, según la investigación llevada a cabo, se halló un sentimiento predominantemente neutro en las informaciones que versaron sobre la herramienta. Parece que las opiniones no están tan polarizadas en torno al VAR como aparentemente se piensa.

2. *As* y *Marca* publicaron piezas periodísticas sobre videoarbitraje con fotografía, pero en el caso de *Marca* (83,7%) el porcentaje de uso de las fotografías fue mayor que en *As* (53,9%). Durante el análisis de la muestra de 345 informaciones, se observó que hubo un elevado porcentaje de elementos visuales (93,3%) y de fotografías (62,9%) en las publicaciones de *As* y *Marca*. Este dato podría guardar estrecha relación con las características de la información especializada en deportes.

Como se explicó en el Capítulo 2, las informaciones de temática deportiva se caracterizan por un inherente empleo de recursos audiovisuales que buscan impactar y embaucar al consumidor. Entre los elementos utilizados se encuentran las fotografías, los vídeos y las infografías. En el caso de las publicaciones sobre videoarbitraje, el uso de las fotografías busca aportar datos más precisos sobre una jugada o hecho deportivo en cuestión. Llama la atención que en el medio *Marca* el porcentaje del uso de fotografías fuese mayor que en el de *As*. Seguramente la explicación de los distintos porcentajes se debe la línea editorial y la particular estrategia de contenidos llevada a cabo por cada uno de los medios digitales examinados.

3. Tanto *Marca* como *As* emplearon infografías en un 9,6% y un 18,7% respectivamente. Se hallaron diferencias estadísticas reseñables en el uso de infografía al comparar un medio digital con otro. El empleo de infografías como recursos para detallar acontecimientos deportivos es cada vez más frecuente en los medios digitales de información deportiva y así se detectó en el caso de *As* y *Marca*. El hecho de encontrar infografías en los dos medios tratados en esta investigación casa con la situación actual del periodismo deportivo y su desafío de ofrecer al consumidor actual una información lo más visual, completa, interactiva y atractiva posible.

4. Se encontraron diferencias entre *As* y *Marca* la hora de la elección del “tipo de autor” para elaborar informaciones específicas sobre videoarbitraje. Tras el análisis de contenido y el análisis inferencial, se pudo concluir que el diario *As* empleó más información de agencias y aquella redactada por expertos externos que el diario *Marca* a la hora de elaborar publicaciones sobre videoarbitraje para informar a sus lectores. El diario *As* empleó redactores (88,4%), agencias (7,9%) y expertos (3,7%). Por su parte, la mayoría de las informaciones de *Marca* fueron elaboradas por redactores (98,1%) y únicamente se encontró una publicación elaborada por una agencia (0,95%) y una firmada por un experto externo al medio (0,95%). Se pudo constatar que hubo diferencias

estadísticamente reseñables entre ambos periódicos de información digital en cuanto al tipo de autor empleado para elaborar contenidos sobre videoarbitraje.

El hecho de las diferencias entre los tipos de autor seleccionado tiene que ver con la estructura y estrategia de contenidos de cada uno de los medios de comunicación.

Tanto *As* como *Marca* cuentan con más de cien profesionales. Entre los perfiles se encuentran comerciales, promotores, redactores, infografistas, diseñadores, etc. En el caso de *As* se encuentran expertos externos como el exárbitro Iturralde González, el exfutbolista Álvaro Benito o Alfredo Relaño. *Marca* cuenta con expertos con el exárbitro Juan Andújar Oliver o el redactor José Félix Díaz.

5. El diario digital *Marca* se decantó por el uso de informaciones con extensiones más cortas en cuanto a número de palabras que *As* para informar sobre videoarbitraje. Las informaciones publicadas por ambos diarios hicieron uso de extensiones de palabras diferentes. Mientras que en *As* la mayoría de sus periodistas se decantaron por las informaciones con extensiones “medio-cortas” (entre 300 y 500 palabras), en *Marca* el tipo de extensión predominante en sus informaciones fue del tipo “corto” (entre 0 y 300 palabras).

En concreto, desde *As* se publicaron piezas informativas con extensiones “medio-cortas” (33,2%) y “medio-largas” (29,5%) mientras que la mayoría de las piezas periodísticas de *Marca* se caracterizaron por tener extensiones “cortas” (44,2%) o “medio-cortas” (31,7%). Por su parte, el tipo de extensión de palabras menos empleado fue el “largo” tanto en *As* (8,7%) como en *Marca* (7,7%).

No se encontraron diferencias estadísticamente significativas cuando se tuvieron en cuenta otras variables al comparar *As* y *Marca* como fueron “la sección” a la que pertenecía cada una de las informaciones, los “elementos visuales”, el uso del recurso de “vídeo”, cuando se consideró el “VAR como tema principal” o no, o en el caso del “sentimiento”.

4. ¿Se corresponde la percepción de los periodistas de *As* y *Marca* sobre las informaciones en torno al VAR publicadas en su medio respecto a la realidad?

Tras el estudio de las respuestas del cuestionario y del análisis de contenido, se detectó que había diferencias entre las opiniones de los periodistas sobre las características de las informaciones sobre videoarbitraje y lo que se encontró realmente tras el análisis.

En primer lugar, y como ya se explicó, llama la atención que la mayoría de los periodistas creyeron que habría más contenido sobre videoarbitraje en las secciones de “Liga Santander” y “portada”.

En concreto, el 60% de los periodistas de *As* y *Marca* opinaron que la presencia de publicaciones del VAR en la sección “Liga Santander” sería de tipo “muy frecuente”. Sin embargo, tras el análisis de contenido, se descubrió que sólo había una publicación en “portada” y que el 45,5% de las informaciones analizadas de ambos periódicos se ubicaron en la “Liga Santander”.

Por lo tanto, aunque más de la mitad de los periodistas que llevaron a cabo la encuesta pensaron que las informaciones sobre el VAR se ubicarían de forma muy frecuente en la sección de “portada”, se descubrió que no fue así tras el análisis de contenido. Hubo una percepción que no se ajustó con la realidad en el caso de la apreciación sobre la categoría “portada” aunque sí que se halló una percepción coherente con la realidad tras la cantidad de informaciones que se encontraron en la sección “Liga Santander” o “primera división”.

Respecto a los géneros periodísticos, los resultados de la encuesta indicaron que los profesionales de la información consultados pensaron que sería el artículo de opinión el género periodístico predominante respecto al resto.

En concreto, el 50% de los periodistas de *As* y *Marca* señaló el artículo de opinión como la opción “muy frecuente”. Sin embargo, cuando se llevó a cabo el análisis de contenido, se comprobó que la mayoría de las publicaciones que abordaron el VAR se identificaron con el género “noticia” (35,7%) seguidas por “crónicas” (29,9%). Después se hallaron las “entrevistas” (16,5%) que abordaron directa o indirectamente el uso de la herramienta en el fútbol. Los “reportajes” (9,9%) y las “opiniones” (8,1%) se situaron en cuarto y quinto lugar respectivamente.

En este sentido, se puede apuntar una nueva discordancia entre la percepción de los profesionales de la información y la realidad observada. Se descubrió por consiguiente que no hubo tantas informaciones catalogadas como “géneros de opinión” u “opiniones”.

Siguiendo con las comparaciones entre las percepciones y la realidad, se encontró que el 30% de los periodistas de *As* y *Marca* señaló como “muy frecuente” la presencia de “elementos visuales”. El 70% restante indicó como “frecuente” la presencia de dichos elementos. No hubo respuestas sobre otro tipo de frecuencias tras la encuesta. Tras el análisis de contenido se detectó que un 92,1% de publicaciones de ambos periódicos sí empleó algún tipo de “elemento visual” para acompañar el texto. Por lo tanto, sí que hubo una correspondencia entre lo que pensaron los profesionales de la información y la realidad.

El 30% de los periodistas consultados indicó que sería “muy frecuente” la presencia de “imágenes”. El 70% restante indicó como “frecuente” dicha presencia. Tras el análisis de contenido se halló que hubo un mayor porcentaje de informaciones de *As* y *Marca* con “fotografía” (62,9%) que sin ella (37,1%). Fue otro caso de correspondencia entre percepción de los periodistas y la realidad.

Siguiendo con la comparativa, cuando se preguntó a los periodistas en la encuesta si creían que las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio había hecho uso de algún “vídeo” como recurso, un 30% de los encuestados contestó con la opción de “muy frecuentemente”, un 40% que “frecuentemente” y el 30% señaló la opción “ocasionalmente”.

Sin embargo, tras el análisis de contenido se pudo observar que la mayoría de las informaciones de ambos medios prescindieron del uso del vídeo como recurso para acompañar sus informaciones sobre videoarbitraje. En concreto, un 57,7% de informaciones de *As* y *Marca* prescindió del uso de vídeos lo que significa que casi dos de cada tres informaciones de ambos medios no lo emplearon.

En concreto, en *As* se encontró un 58,9% de informaciones sin vídeo y en *Marca* un 54,8%. Llama la atención la abundante cantidad de publicaciones de ambos medios que prescindieron de la utilización de vídeos. Los periodistas, aparentemente creyeron que la presencia de estos elementos tendría una frecuencia mayor y no fue así. Como se ha

explicado, este hallazgo está relacionado con los derechos de autor a los que están sometidos los contenidos audiovisuales.

El 40% de periodistas preguntados de ambos medios digitales a través del cuestionario pensó que sí se harían uso de infografías como recurso. El otro 60% indicó que no se incluirían dichos elementos para informar sobre videoarbitraje. Tras el análisis de contenido se encontró un 15,9% de informaciones que sí incluyó infografías frente a un 84,1% de publicaciones que no lo hizo. Por lo tanto, la percepción de los periodistas sí que se ajustó a la realidad, en este caso.

Tras analizar las respuestas del cuestionario, se pudo observar que hubo una diversidad de opiniones sobre los tipos de autores responsables de las publicaciones. Llama la atención que un 30% de periodistas pensó que la autoría por parte de redactores sería muy frecuente en ambos medios.

Por otro lado, un 20% de profesionales indicó que la presencia de expertos externos al medio sería muy frecuente y un 10% de periodistas de *As* y *Marca* señalaron la presencia de muy frecuente en el caso de la autoría de tipo agencia. Tras el análisis de contenido, se detectó que la gran mayoría de las piezas informativas fueron elaboradas por redactores propios de los medios (91,3%). En segundo lugar, se hallaron las informaciones elaboradas por agencias (5,8%) y, en tercer lugar, las de autoría de expertos (2,9%). Se puede concluir una cierta concordancia entre las respuestas de los encuestados y la realidad.

Resultó interesante analizar el sentimiento expresado por los periodistas de *As* y *Marca* sobre las informaciones en torno al videoarbitraje. Tras la encuesta, se descubrió que el 40% de periodistas indicó que el sentimiento mayoritario que creían que manifestaban las informaciones sobre el VAR en su medio sería del tipo negativo. El otro 30% de periodistas indicó que sería positivo y el otro 30% que sería de tipo neutro.

Como se explicó, las informaciones analizadas mostraron un sentimiento de tipo neutro (55,1%) respecto al VAR. En segundo lugar, se hallaron piezas con un sentimiento desfavorable o negativo hacia el mismo (25,2%). En tercer lugar, se situaron las publicaciones que sí valoraron de forma positiva el videoarbitraje (19,7%). Llama la atención la opinión negativa o de rechazo hacia el VAR que manifestaron los encuestados,

aunque bien es cierto que los porcentajes no fueron tan dispares entre lo que se percibió y los hallados tras el análisis de contenido.

El 50% de los profesionales consultados de ambos medios indicó que la extensión de las informaciones sobre videoarbitraje sería “medio-corta”, esto es, entre 300 y 500 palabras. Un 20% de encuestados coincidió con que la extensión debería “medio-larga” (entre 500 y 1000 palabras), otro 20% en que sería “larga” (más de 1000 palabras). Tan sólo un 10% indicó que esta extensión sería de tipo “corta” (entre 0 y 300 palabras).

Tras el análisis de contenido, se pudo comprobar que la mayoría de las informaciones se ubicaron en el grupo de extensiones “cortas” (33,3%) y “medio-cortas” (32,8%). Por otro lado, se detectó un menor número de publicaciones de extensiones “medio-largas” (25,5%) y se halló un porcentaje todavía menor de piezas caracterizadas por emplear extensiones de texto “largas” (8,4%). Con todo ello, aunque sí que se apreciaron diferencias en los porcentajes, no se detectaron diferencias abismales entre la percepción y la realidad que mostró el análisis de contenido respecto a la variable “extensión de las informaciones según su número de palabras”.

5. ¿Hay diferencias entre las percepciones de los periodistas de *As* y *Marca* sobre las características de las informaciones sobre el VAR publicadas en sus medios?

También se estudió la posibilidad de que hubiera diferencias entre las percepciones de los periodistas de *As* en comparación con los de *Marca* respecto a las informaciones que publicaron sobre videoarbitraje en sus medios.

Tras establecer los cruces estadísticos pertinentes, se concluyó que no hubo ningún tipo de diferencia estadística destacable entre los dos grupos de publicaciones.

En concreto, tras establecer el estadístico Chi-cuadrado, no se detectó en ningún caso de coeficiente de significación inferior al 0,05 cuando se compararon las percepciones de las informaciones de los periodistas *As* con las percepciones de *Marca*.

Por lo tanto, no se puede indicar con evidencia estadística que las percepciones de los periodistas de ambos diarios sobre las características de las informaciones sobre videoarbitraje tuvieran algún tipo de diferencia.

6. ¿Cuál es la posible causa de que haya diferencias entre las publicaciones de los dos periódicos? ¿Qué otros factores han influido a la hora de que una publicación tenga ciertas características a la hora informar sobre videoarbitraje en el fútbol profesional español?

Como se ha señalado, sí se encontraron diferencias estadísticas “formales” y de “contenido” entre las piezas informativas de ambos medios digitales tras el análisis de contenido. Por otro lado, tras el cuestionario, no se pudo demostrar la existencia de diferencias evidentes entre las percepciones de los periodistas de *As* y *Marca* en sobre las informaciones sobre videoarbitraje publicadas en sus medios.

Como se explicó en anteriores epígrafes de la investigación, *As* y *Marca* cuentan con unas características y estructuras propias. Su fin es ofrecer un producto periodístico que capte la atención de su público objetivo elaborando para ello informaciones atractivas que cautiven a los receptores empleando todos los recursos audiovisuales disponibles. Además, llevan a cabo una línea editorial y una estrategia de contenidos audiovisuales propia.

Como ya se indicó, el 55,5% del total de piezas informativas analizadas en ambos diarios manifestó un sentimiento de tipo neutro. Este dato contradice la supuesta opinión pública que al parecer exterioriza una cierta resistencia a la aceptación del videoarbitraje. Se podría decir que, aunque supuestamente reina un clima de negatividad respecto a la aceptación de la aplicación del videoarbitraje en el fútbol profesional español, el sentimiento predominante en las informaciones analizadas que se encontró fue el neutro.

Por otro lado, llama la atención el hecho de que *Marca* (15,4%) publicase más del doble de reportajes sobre el VAR que en *As* (7,5%) en el período de tiempo estudiado. Este hecho está en relación con las decisiones editoriales de cada medio de comunicación digital.

La mayor presencia de reportajes en *Marca* respecto al *As* contrasta con el hallazgo de que en *Marca* se decidió a publicar informaciones con extensiones más cortas en cuanto a número de palabras que en *As*. Por lo tanto, en *Marca*, el tipo de extensión dominante fue la de tipo “corto” (entre 0 y 300 palabras) mientras que, en *As*, la mayoría de las piezas se caracterizaron por tener extensiones “medio-cortas” (entre 300 y 500 palabras) y “medio-largas” (entre 500 y 1000 palabras).

La autoría de la mayoría de las piezas informativas del diario digital *As* se llevó a cabo por redactores (88,4%) y ocurrió lo mismo en el caso de *Marca* (98,1%). La explicación a este hecho tiene sentido si se analiza la estructura de ambos diarios. Los dos cuentan con una amplia red de profesionales que cubren informaciones de diversa índole. *As* contó como más agencias y expertos externos para elaborar informaciones especializadas en videoarbitraje o VAR respecto a *Marca*.

Además, se halló que en más de una de cada tres publicaciones de ambos periódicos el VAR no fue considerado tema principal (64,9%). Este hecho concuerda directamente con la transversalidad del videoarbitraje o VAR, es decir, se trata de un tema que se ha abordado desde múltiples esferas y que alcanza informaciones de diversa índole. En este sentido, se encontraron gran cantidad de informaciones que simplemente incluyeron la palabra “videoarbitraje” o “VAR” sin que lo abordasen en profundidad o fuese el tema principal sobre el que versase dicha publicación.

En esta línea, este hallazgo se puede explicar indicando que el impacto de la llegada del VAR ha sido tan trascendente que ha sido mencionado en múltiples piezas informativas. De esta manera, se encontraron noticias y crónicas donde el VAR fue fundamental a la hora de decidir el resultado de un encuentro y tuvo su espacio en el titular y otras piezas donde sólo se hizo alusión al término.

Resulta interesante observar la evolución y las diferentes opiniones que se han derivado desde la aplicación oficial de esta herramienta.

En futuras investigaciones, sería conveniente llevar a cabo un seguimiento más detallado de la evolución de la aceptación del VAR por parte de los periodistas, árbitros, jugadores, o el público en general.

No se pueden generar afirmaciones rotundas en torno a diferentes percepciones de las publicaciones sobre videoarbitraje por parte de los periodistas de *As* y *Marca* tras el análisis de las respuestas del cuestionario repartido entre aquellos.

Tras aplicar el análisis estadístico, no se apreciaron diferencias entre las respuestas de los dos grupos de profesionales considerados. Este hecho podría ser debido al tamaño de la muestra, el cual fue demasiado pequeño como para poder ofrecer diferencias significativas. Por lo tanto, en este sentido, se localiza un límite de la investigación. Sobre este tema se podrá trabajar y profundizar.

Sí que resulta indiscutible es el hecho de la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las publicaciones de *As* y de *Marca*, los dos medios de comunicación digital líderes en información deportiva considerados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abramitzky, R., Einav, L., Kolkowitz, s. & Mill, R. (2012) On the optimality of line call challenges in professional tennis. *International Economic Review*, 53(3), 939–964. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2354.2012.00706.x>

Al Azar (2020). *Al Azar*. Números aleatorios y números al azar. <https://bit.ly/2RwYrhk>

Alaminos, A. y Castejón, J.L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Alicante. Universidad De Alicante. Editorial Marfil.

Alcoba, A. (1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid. Ediciones de autor.

Alcoba, A. (1987). *Deporte y comunicación* [Tesis doctoral]. Madrid.

Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid. Síntesis.

Armenteros, M., Benítez, A.J. y Betancor, M.A. (2020). *The Use of Video Technologies in Refereeing Football and Other Sports*. New York. Routledge.

Arribas, C. (13 de octubre de 2019). Eliud Kipchoge, primer atleta que baja de las dos horas en un maratón. *El País*. <https://bit.ly/3rXZmE0>

Así se utiliza el videoarbitraje en otros deportes. (16 de diciembre de 2016). *Mundo Deportivo*. <https://bit.ly/2PGbDA5>

AIMC (Ed.) (2020). Marco General de los Medios en España 2020. Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. <https://bit.ly/2Eov5ey>

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid. Ediciones Akal.

Benítez, A.J. (2013). *Realización de deportes en televisión*. Universidad Carlos III de Madrid. Instituto de Radio Televisión Española.

Benítez, A.J. (2005). *Espectáculo futbolístico y comunicación televisiva* [Tesis doctoral]. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Illinois. Free Press.

Bernal, C.A. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ª ed.). Colombia. Pearson Educación.

Betancor, M.A., y Vilanou, L. (1995). *Historia de la Educación Física y el deporte a través de los textos*. Barcelona. Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.

Blasco Ruiz, R. (2006). *Colección Estudios del hombre*. (Nº23). México. Universidad de Guadalajara. Publicaciones del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

Borda, V. (23 de enero del 2019). El videoarbitraje funciona con otros. *El Norte de Castilla*. <https://bit.ly/2SdeUaT>

Boyko, R. H., Boyko, A. R., y Boyko, M. G. (2007). Referee bias contributes to home advantage in English premiership football. *Journal of Sports Sciences*, 25, 1185–1194. <https://doi.org/10.1080/02640410601038576>

Boyle, R. (2006). *Sports Journalism*. London. Sage Publications Ltd.

Boyle, R. y Haynes, R. (2000). *Power play: sport, the media and popular culture*. Edinburgh. Pearson Education Limited.

Boyle, R. y Haynes, R. (2004). *Football in the new media age*. Abingdon. Routledge.

Boyle, R., Rowe, D. y Whannel, G. (2010). Delight in trivial controversy? Questions for sports journalism. En S. ALLAN (Ed.), *The Routledge Companion to News and Journalism* (pp. 245-255). New York. Routledge.

Brown, M. (7 de enero de 2021). *Biggest Global Sports*. <https://bit.ly/3teD5T9>

Cagigal, J. M^a. (1975). *El deporte en la sociedad actual*. Madrid. Editorial Prensa Española.

Cagigal, J. M^a. (1979). Prólogo, en G. Lüschen y K. Weis, *Sociología del Deporte*, (pp. 5-6). Valladolid. Editorial Miñón.

Cagigal, J. M^a. (1981). *¡Oh Deporte! (Anatomía de un Gigante)*. Valladolid, Miñón.

Cagigal, J. M^a. (1981). *Deporte: espectáculo y acción*. Barcelona. Salvat.

Caillois, R. (1986). *Los juegos y los hombres*. París. Editions Gallimard.

Campos, J.A. (2017). *Factores determinantes en el arbitraje del fútbol: Análisis de los árbitros en la Región de Murcia* [Tesis doctoral]. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

Caracuel, J.C., Andreu, A. y Pérez, E. (1994). Análisis psicológico del arbitraje y juicio deportivos. una aproximación desde el modelo interconductual. *Revista Motricidad*, 1, 5-24. <https://bit.ly/2PVIPDT>

Cárdenas, J. (2018). *Investigación Cuantitativa*. Berlín. TraAndes.

Catteeuw, P. , Gilis, B. , Wagemans, J. & Helsen, W (2010). Offside decision making of assistant referees in the English Premier League: Impact of physical and perceptual-cognitive factors on match performance”, *Journal of Sports Sciences*, 28: 5, 471-481. <http://dx.doi.org/10.1080/02640410903518184>

Collins, T. (2013). *Sport in capitalist society*. London. Routledge.

Contreras, E. [@emcontrerass]. (29 de noviembre del 2020) *La web de @marca cumple 25 años: desde noviembre de 1995 que nació para alojar la Liga Fantástica hasta hoy* [Tweet]. Twitter. <https://bit.ly/3eyJjrQ>

Coubertin, P. de (1931). *Memorias Olímpicas*. Laussane. Publicación del Comité internacional Olympique.

Crawford, G. (2004). *Consuming Sport*. London. Routledge.

Deloitte (2019). *Annual Review of Football Finance*. Sports Business Group.

Errekagorri, I., Castellano, J., Echeazarra, I. & Lago-peñas, C. (2020). The effects of the Video Assistant Referee system (VAR) on the playing time, technical and physical performance in elite soccer. *International Journal of Performance Analysis in Sport*. DOI: 101080/24748668.2020.1788350.

Esteve, F. y Fernández, J. (1998): *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.

Fábregas Puig, A. (2001). Lo sagrado del Rebaño: el fútbol como integrador de identidades. *Religión y Sociedad*, 14(24), 271-275. <https://bit.ly/3eXJ2ib>

Galanes-Santos, I. (2020). El redactor periodístico ante el neologismo. Estrategias comunicativas para reexpresar los conceptos de la crisis económica mundial. *Comunicación, Traducción e Interpretación*, 5,121-145. <https://doi.org/gbgw>

García Ferrando, M. (1982). *Deporte y sociedad*. Madrid. Ministerio de Cultura.

García Ferrando, M. (1986). *Hábitos deportivos de los españoles. Sociología del comportamiento deportivo*. Madrid. Ministerio de Cultura. Instituto de Ciencias de la Educación Física y el Deporte.

García Ferrando, M. (1986a). *La oferta municipal de deporte para todos en la Comunidad Autónoma de Madrid*. Madrid. Dirección General de Deportes.

García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid. Consejo Superior de Deportes. Alianza Editorial.

García Ferrando, M. (2001). *Los españoles y el deporte: Prácticas y comportamientos en la última década del siglo XXI. Encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles*. Madrid. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consejo Superior de Deportes.

García Ferrando, M. (2004). *Sociología del deporte*. Alianza Editorial.

Schweizer, G., Plessner, H., Kahlert, D. & Brand, R. (2011): A Video-Based Training Method for Improving Soccer Referees' Intuitive Decision-Making Skills, *Journal of Applied Sport Psychology*, 23:4, 429-442. <https://doi.org/d67gff>

Gillet, B. (1971). *Historia del Deporte. Colección ¿Qué sé? (nº.30)*. Barcelona: Ediciones Oikos-tau. <https://bit.ly/3trFdaa>

Gómez Correa, A.M. y Trejos Largo, M.F. (2014). Análisis de vídeo para la segmentación y clasificación de jugadores en juegos de fútbol. [Proyecto de grado presentado como requisito parcial para aspirar al título de Ingeniería Electrónica]. Colombia. Universidad tecnológica de Pereira.

Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona. UOC Press.

González, M. E. (2004). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España* [Teis Doctoral]. A Coruña. Universidade da Coruña.

- Han, B., Chen, Q., Lago-Peñas, c., Wang, C. & Liu, T. (2020). The influence of the video assistant referee on the Chinese Super League. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 15, 662-668. <https://doi.org/10.1177/1747954120938984>
- Herrero, C. (2004). Géneros para la divulgación periodística. En Fernández, J. (coord.), *Periodismo especializado*, 171-194. Ariel. <https://bit.ly/33nHiJG>
- Herrero, C. (2007). Periodismo deportivo y espacio público: Estrategias de diseño, lenguaje y tratamiento informativo. En Fernández Sanz, et al. (Eds.) *Prensa y Periodismo especializado*, 3, 137-151. Madrid. Fragua Universidad. <https://bit.ly/3xS4XQF>
- Huizinga, J. (1972). *Homo Ludens*. Buenos Aires. Alianza Editorial.
- IFAB (Ed.) (2020). Reglas de Juego 2020/2021. International Football Association Board. <https://bit.ly/33iB9i9>
- Kolbinger, O., & Lames, M. (2017). Scientific approaches to technological officiating aids in game sports. *Current Issues in Sport Science (CISS)*, 2: 001. https://doi.org/10.15203/CISS_2017.001
- Kolbinger, O., Knopp, M. (2020) Video kills the sentiment—Exploring fans' reception of the video assistant referee in the English premier league using Twitter data. *PLoS ONE*, 15(12): e0242728. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0242728>
- Kolbinger, O., & Link, D. (2016). The use of vanishing spray reduces the extent of rule violations in soccer. *SpringerPlus*, 5(1), 1572. DOI: 10.1186/s40064-016-3274-2
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis*. London, SAGE Publications Ltd.
- Moscoso Sánchez, D. J. (2006). La sociología del deporte en España. Estado de la cuestión. *Revista Internacional De Sociología*, 64(44), 177–204. <https://doi.org/dtqqr9>
- La FINA homologa el récord del mundo que Muñoz batió con el bañador 'Jaked'. (22 de junio de 2009). *El País*. <https://bit.ly/3mqF84G>
- La polémica de los bañadores (25 de marzo de 2008). *El País*. <https://bit.ly/3sX4mKt>
- Lago-Peñas, C., & Gómez-López, M. (2016). The influence of Referee Bias on Extra time in Elite Soccer Matches. *Perceptual and Motor Skills*, 22(2), 666–677. <https://doi.org/10.1177/0031512516633342>

- Lago-Peñas, C., Ezequiel, R., & Anton, K. (2019). How does Video Assistant Referee (VAR) modify the game in elite soccer? *International Journal of Performance Analysis in Sport*, 19(4), 646–653. <https://doi.org/10.1080/24748668.2019.1646521>
- Lago-Peñas, C., Gómez, M.A., & Pollard, R. (2020). The effect of the Video Assistant Referee on referee's decisions in the Spanish *La Liga*. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 0 (0), 1-6. DOI: 10.1177/1747954120980111
- Lara López, E.L. (2005). La fotografía como documento histórico-artístico y etnográfico: una epistemología. *Revista de Antropología experimental*, (nº5, Texto 10). Jaén. Universidad de Jaén. <https://bit.ly/3ehMe9y>
- Lex, H., Pizzera, A., Kurtes, M., & Schack, T. (2015). Influence of players' vocalisations on soccer referees' decisions. *European Journal of Sport Science*, 15(5), 24–28. <https://doi.org/10.1080/17461391.2014.962620>
- López Gallegos, M.S (2012). El deporte como forma de control social: la actividad de la obra sindical de educación y descanso durante el Franquismo. *Historia, Trabajo y Sociedad*, (nº3), 81-114. <https://bit.ly/2PTjABY>
- Lüschen, G. (1979). Deporte en la sociedad. Posición y cometidos de una sociología del deporte. En Günter LÜSCHEN y Kurt WEIS (comps.). *Sociología del deporte*, Valladolid. Miñón.)
- Lüschen, G. (1981). El deporte, el conflicto y la solución del conflicto. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXI (2).
- Lüschen, G. y Sage, G. (eds.) (1981). *Handbook of Social Science of Sport*. Champaign. Stipes Pub. Co.
- Lüschen, G. y Weis, K. (1979). *Sociología del deporte*. Valladolid. Editorial Miñón.
- Masip, P, Díaz-Noci, J, Domingo, D., Micó-Sanz, J.LL. & Salaverría, R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, 19, (6), 568-576. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.02>
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, (2,), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>

Marín, J. (2005). *Comunicación y Deporte. Nuevas perspectivas de análisis*. Sevilla. Comunicación social.

McChesney, R.W., Meiksins, E. & Bellamy, J. (2008). *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*. New York. Monthly Review Press.

Moragas, M. (2003). *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Cerdanyola del Vallès. CEO-UAB.

Moragas, M. (2011). *Barcelona '92. Los Juegos de la Comunicación, en Juegos Olímpicos y Comunicación*. Barcelona. FUNDESCO.

Morales-Vallejo, P. (2012). Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos? *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales*. Universidad Pontificia de Comillas. Madrid. <https://bit.ly/3a7rC1h>

Moya, P. (18 de octubre de 2019). Las zapatillas de Kipchoge, ¿revolución o dopaje tecnológico? *El País*. <https://bit.ly/3wAnlWt>

Muñoz Benavente, M^a T. (1996). Posibilidades de investigación de archivos visuales: los fondos fotográficos del Archivo General de la Administración. *Ayer*, (24), 41-67. <https://bit.ly/3tqQ2cA>

MyNews (2004). *MyNews*. Hemeroteca digital y seguimiento de medios online. <https://bit.ly/3vG1zZA>

Naranjo, A. (2011). *El Tratamiento de la información deportiva en la prensa*. [Tesis doctoral]. Málaga. Universidad de Málaga.

Navarro, E. (26 de enero de 20015). *Web de Enrique Navarro Recursos para investigar*. Guía para el contraste de hipótesis estadísticas. Estadística paramétrica y no paramétrica. Recuperado el 6 de mayo del 2021 de: <https://bit.ly/3xO6rLU>

Navarro, F. (12 de octubre de 2019). Eliud Kipchoge hace historia: primer hombre en completar un maratón en menos de dos horas. *El ESPAÑOL*. <https://bit.ly/31TRUPW>

Navarro, F. (31 de enero del 2020). Prohibidas las zapatillas con las que Eliud Kipchoge batió su histórico récord en la maratón. *El País*. <https://bit.ly/3rW7ZiF>

Neuendorf, K.A. (2016). *The content analysis guidebook*. Los Angeles. SAGE Publications Ltd.

Nevill, A. M., Balmer, N. J., & Williams, A. M. (2002). The influence of crowd noise and experience upon refereeing decision in football. *Psychology of Sport and Exercise* (3), 261–272. [https://doi.org/10.1016/S1469-0292\(01\)00033-4](https://doi.org/10.1016/S1469-0292(01)00033-4)

Open Refine (2016). *Open Refine*. <https://openrefine.org/>

Padel Addict. (5 de agosto de 2020). Revisión de vídeo: ¿cuándo y cuántas veces puede solicitarlo una pareja? Recuperado el 5 de agosto del 2020 de <https://bit.ly/3myXRLK>

Paredes Ortiz, J. (2002). *El deporte como juego: un análisis cultural*. [Tesis Doctoral]. Alicante. Universidad de Alicante.

Pérez, G. (3 de marzo de 2018). La Liga y la Federación Española acuerdan instaurar el VAR la temporada 2018-2019. *El País*. <https://bit.ly/3ux83aq>

Priddice, C. (24 de febrero de 2018). ¿Los trajes de baño técnicos te hacen más rápido? . *Proswimwear*. <https://bit.ly/3usNQ5F>

Prohibidas las zapatillas deportivas de Nike que baten récords (31 de enero del 2020). *CINCO DÍAS*. <https://bit.ly/2Se9SLg>

Pujadas, X. (2017). Narciso Masferrer Sala, impulsor y modernizador del periodismo deportivo en España (1897-1920). *Revista Cuadernos de Fútbol*, (n 90), Editorial CIHEFE. <https://bit.ly/31Ue3xq>

Real Federación Española de Fútbol (21 de noviembre del 2018). Los árbitros hacen balance del primer tercio de la temporada [Archivo de Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TbcBQ-w-9Uw>

Riera, A. (2003). *Análisis comparado del uso del deporte en la publicidad televisiva en España*. [Tesis doctoral]. Lleida. Universidad de Lleida.

Rodríguez, R.J. (2004). Ayuda SPSS, Chi Cuadrado, notas metodológicas. (1996), 19.

Rogers, C. (21 de noviembre del 2018). Reglas de trajes de baños y bañadores aprobados por la FINA. *El País*. <https://bit.ly/3fONj9H>

- Rojas Torrijos, J.L. (2 septiembre de 2014). Un recorrido por la historia del deporte de competición desde el punto de vista del espectador. *Periodismo Deportivo de Calidad*. <https://bit.ly/3dFT2w7>
- Rojas Torrijos, J.L. (2014). Periodismo Deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190. <https://bit.ly/33n0gjG>
- Rowe, D. (1999). *Sport, Culture and the Media: The Unholy Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Rowe, D. (2003). Sport and the Reproduction of the Global. *International Review of the Sociology of Sport*, 38 (3), 281-294. London. SAGE. <https://doi.org/cq7c6z>
- Rowe, D. (2008). *Sport, culture and the media*. Berkshire: Open University Press.
- Rowe, D. (2009). Media and Sport: The Cultural Dynamics of Global Games. *Sociology Compass*, (3-4) 543-558. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2009.00225.x>
- Rowe, D. (Ed.) (2004). *Critical Readings: Sport, Culture and the Media*. Nueva York: Open University Press.
- Sainz de Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010* [Tesis doctoral]. Madrid. Universidad Carlos III de Madrid.
- Sánchez Santos, J.M. (2003). *Economía, fútbol y bienestar social. El valor de un equipo para una ciudad*. Diputación Provincial de A Coruña. Imprenta Provincial.
- Seigoo. (25 de agosto de 2017). La extensión correcta para un texto SEO. *El blog de Seigoo*. <https://bit.ly/3dzI3UE>
- Simón, J.A. (2012). Conquistando las masas: el impacto del deporte en la prensa española, 1900-1936. *Revista de História do Esporte*, 5(1). <https://bit.ly/3epnMmm>
- Sports Management School. (10 de abril de 2019). ¿Qué beneficios aporta la tecnología en el deporte? . *El blog de SMS*. <https://bit.ly/2PAENke>
- Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical Assessment Research and Evaluation*, 7(17). <https://doi.org/10.7275/z6fm-2e34>

Tomás, J. (22 de junio de 2009). La FINA aprueba los bañadores 'milagro'. *RTVE*.
<https://bit.ly/2R5ynd0>

Torrebadena-Flix, X. y Nomdedeu-Rull, A. (2015). Los primeros libros de fútbol publicados en España (1900-1919). *Revista General de Información y Documentación*, 25(1), 113–139. https://doi.org/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n1.48985

Unamuno, M. de (1915). *Deporte y Literatura*. Mundo Nuevo.

Uría, J. (2009). *Los deportes de masas en los años veinte. Fútbol, élites simbólicas e imágenes de modernidad en España*. París. Sorbonne Nouvelle.

Valero, J.L. (1999) La infografía de prensa. *Ámbitos*, (nº 3-4), 123-131.
<https://bit.ly/3ujs6cC>

Velázquez, R. (2001). El deporte moderno. Consideraciones acerca de su génesis y de la evolución de su significado y funciones sociales”. *Educación Física y Deportes*. Revista Digital, (n.º 36). <https://bit.ly/31WPRdG>

Velázquez, R. (2001b). Acerca de la popularización del deporte y de los nuevos deportes. *Educación Física y Deportes*. Revista Digital, (n.º 38) <https://bit.ly/3fTwfzt>

Velázquez, R. (2002). Educación deportiva y desarrollo moral: algunas ideas para la reflexión y para la práctica. *TÁNDEM. Didáctica de la Educación Física*, nº 7 (p. 7-20). Barcelona. Graó.

Velázquez, R. (2012). Olimpismo y deporte. Consideraciones en torno a unas complejas y difíciles relaciones en el marco de la sociedad actual. *Citius, Altius; Fortius, Humanismo, Sociedad y Deporte*. Investigaciones y ensayos, 5 (1), 93-117.
<https://bit.ly/3sTiR1Y>

Weber, R. P. (1990). *Basic Content Analysis*. Sage. Newbury Park, CA.

Whannel, G. (2008). *Culture, Politics and Sport: Blowing the Whistle*. London. Routledge.

GLOSARIO DE ABREVIATURAS

ACB: Asociaciones de Clubes de Baloncesto

AE-IC: Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC).

AIMC: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación

CAFD: Ciencias de la Actividad Física y del Deporte

CAS: Court of Arbitration for Sport

CC: Ciencias de la Comunicación

CCII: Ciencias de la Información

CEO-UAB: Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona.

CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas

COI: Comité Olímpico Internacional

CSD: Consejo Superior de Deportes

CSL: Chinese Super League

DAG: Detección Automática de Goles

EGM: Estudio General de Medios

FA: Football Association

FAP: Football Advisory Panel

FIFA: Federación Internacional de Fútbol Asociación

FINA: Federación Internacional de Natación

GLT: Goal Line Technology

IAAF: International Amateur Athletic Federation

ICAS: International Council of Arbitration for Sport

IFAB: International Football Association Board

INEF: Instituto Nacional de Educación Física

IOC: International Olympic Committee

ISA: International Sociological Association

LFP: Liga de Fútbol Profesional

LNFP: Liga Nacional de Fútbol Profesional

NBA: National Basketball Association

NFL: National Football League

PRISA: Promotora de Informaciones Sociedad Anónima

PTS: Precision Timing System

RAE: Real Academia Española

RFEF: Real Federación Española de Fútbol

SEO: Search Engine Optimization

TAP: Technical Advisory Panel

TAS: Tribunal Arbitral du Sport

TDT: Televisión Digital Terrestre

TMO: Television Match Official

TVE: Televisión Española

UEFA: Unión de Federaciones Europeas de Fútbol

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

VAR: Video Assistant Referee

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha de contenido o unidad de análisis _____	132
Tabla 2. Recuento y porcentaje de variables en <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	141
Tabla 3. Recuento y porcentaje de variables en <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	142
Tabla 4. Recuento y porcentaje de publicaciones sobre videoarbitraje en <i>As</i> _____	151
Tabla 5. “Elementos visuales” en las publicaciones de <i>As</i> _____	153
Tabla 6. “Tipo de autor” en <i>As</i> _____	153
Tabla 7. VAR tema principal en publicaciones de <i>As</i> _____	153
Tabla 8. Recuento y porcentaje de publicaciones sobre videoarbitraje en <i>Marca</i> _____	157
Tabla 9. “Elementos visuales” en <i>Marca</i> _____	159
Tabla 10. “Tipo de autor” en <i>Marca</i> _____	159
Tabla 11. “VAR tema principal” en publicaciones de <i>Marca</i> _____	160
Tabla 12. Recuentos y porcentajes en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “sección” _____	163
Tabla 13. Recuentos y porcentajes en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “género periodístico” _____	165
Tabla 14. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “fotografía” _____	166
Tabla 15. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “vídeo” _____	167
Tabla 16. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “infografía” _____	167

Tabla 17. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “tipo de autor”	168
Tabla 18. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “VAR tema principal”	169
Tabla 19. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “sentimiento”	169
Tabla 20. Selección de casos en "sentimiento" respecto al VAR	170
Tabla 21. Recuento y porcentaje en <i>As</i> y <i>Marca</i> según la variable “extensión por número de palabras”	171
Tabla 22. “Secciones” en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario	177
Tabla 23. "Géneros periodísticos" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario	181
Tabla 24. "Tipo de autor" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario	186
Tabla 25. Tipo de “sección” en <i>As</i> según cuestionario	194
Tabla 26. Tipo de "géneros periodísticos" en <i>As</i> según cuestionario	195
Tabla 27. “Tipo de autor” en <i>As</i> según cuestionario	197
Tabla 28. Tipo de "sección" en <i>Marca</i> según cuestionario	201
Tabla 29. Tipo de "géneros periodísticos" en <i>Marca</i> según el cuestionario	203
Tabla 30. “Tipo de autor” en <i>Marca</i> según cuestionario	205

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ecuación estadística para proporciones poblacionales finitas _____	128
Ilustración 2. “Sentimiento” de publicaciones respecto al VAR _____	143
Ilustración 3. Distribución de informaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> en función de la “sección” a la que pertenecían _____	144
Ilustración 4. Distribución de publicaciones en función del “género periodístico” al que pertenecen _____	145
Ilustración 5. “Elementos visuales” en publicaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	146
Ilustración 6. “Fotografía” en informaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	146
Ilustración 7. “Vídeo” en las informaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	147
Ilustración 8. “Infografía” en las informaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	147
Ilustración 9. “Tipo de autor” en las publicaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	148
Ilustración 10. Distribución de las informaciones de <i>As</i> y <i>Marca</i> según la “extensión por número de palabras” _____	148
Ilustración 11. Distribución de publicaciones de <i>As</i> según la variable “sección” _____	151
Ilustración 12. Distribución de publicaciones de <i>As</i> según la variable “género periodístico” _____	152
Ilustración 13. “Sentimiento” de las publicaciones de <i>As</i> _____	154

Ilustración 14. Distribución de publicaciones de <i>As</i> según la variable "extensión por número de palabras" _____	155
Ilustración 15. Distribución de las publicaciones de <i>Marca</i> según la variable "sección" _____	157
Ilustración 16. Distribución de las publicaciones de <i>Marca</i> según su "género periodístico" _____	158
Ilustración 17. "Sentimiento" en informaciones de <i>Marca</i> _____	160
Ilustración 18. Distribución de publicaciones de <i>Marca</i> según la variable "extensión por número de palabras" _____	161
Ilustración 19. "Secciones" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	177
Ilustración 20. "Géneros periodísticos" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	181
Ilustración 21. Elementos "imágenes" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	183
Ilustración 22. Elementos "vídeos" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	184
Ilustración 23. Elementos "infografías" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	185
Ilustración 24. "Tipo de autor" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	186
Ilustración 25. "Tipo de sentimiento" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	187
Ilustración 26. "Tipo de extensión" en <i>As</i> y <i>Marca</i> según las respuestas al cuestionario _____	188
Ilustración 27. Percepción positiva del videoarbitraje en el fútbol profesional a nivel mundial según periodistas de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	189
Ilustración 28. Aceptación positiva de los aficionados según periodistas de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	190
Ilustración 29. Aceptación positiva de los entrenadores según periodistas de <i>As</i> y <i>Marca</i> _____	191

Ilustración 30. Aceptación positiva de los árbitros según periodistas de *As* y *Marca* _191

Ilustración 31. Aceptación positiva de los jugadores según periodistas de *As* y *Marca*

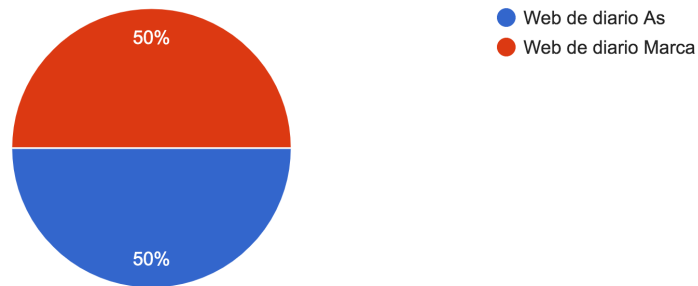
192

ANEXO I

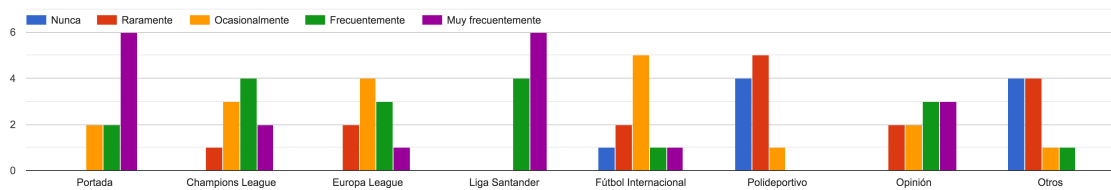
Resumen de respuestas a cuestionario de los diez periodistas consultados.

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente

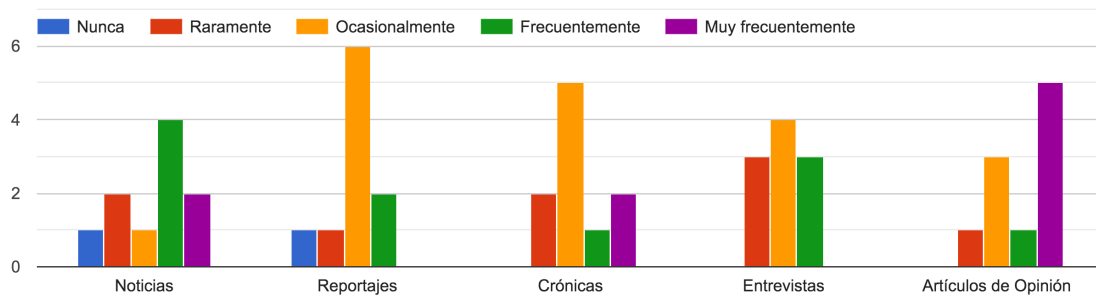
10 respuestas



¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja?

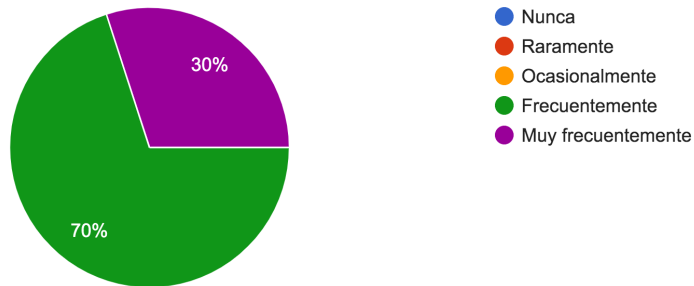


¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio?



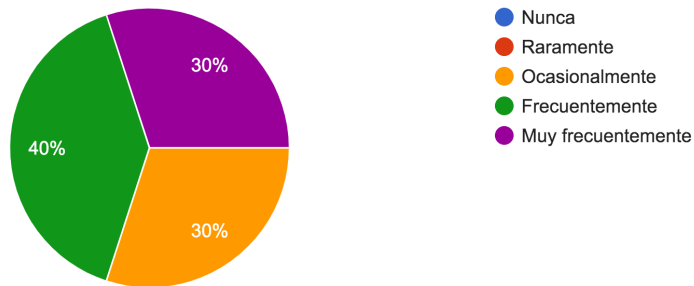
¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes?

10 respuestas



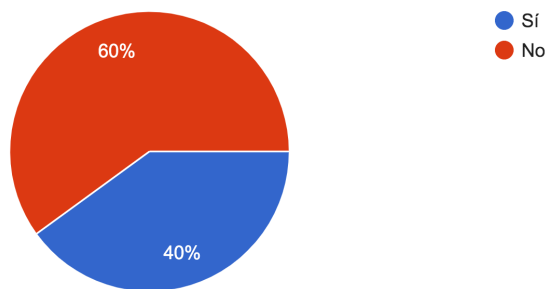
¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso?

10 respuestas

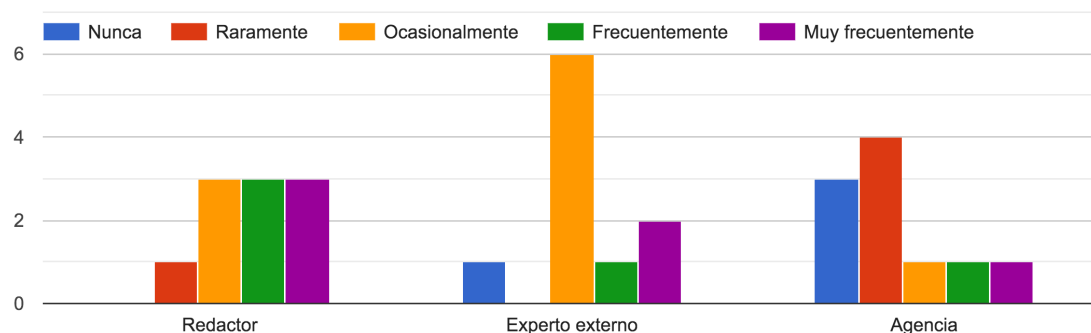


¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso ?

10 respuestas

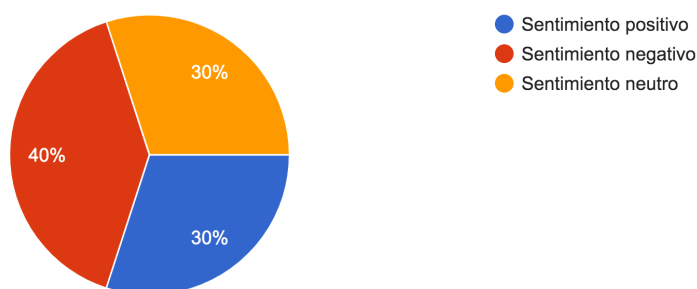


¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje?



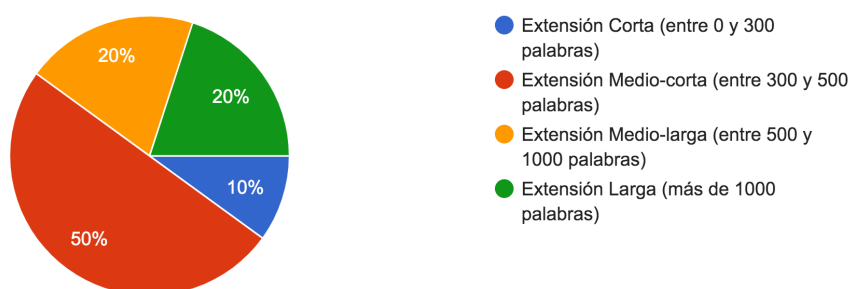
¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio?

10 respuestas



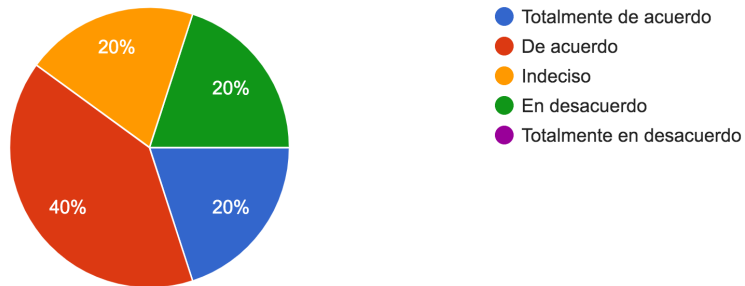
¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio?

10 respuestas



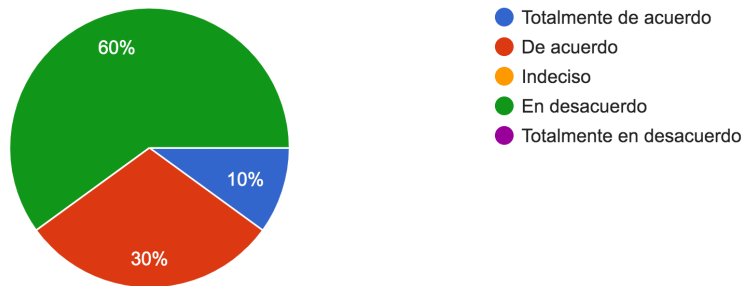
¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial?

10 respuestas



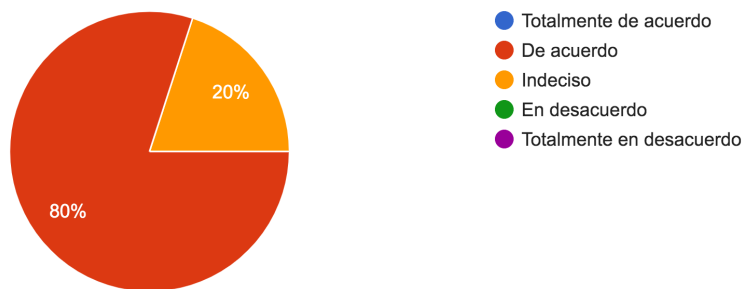
¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



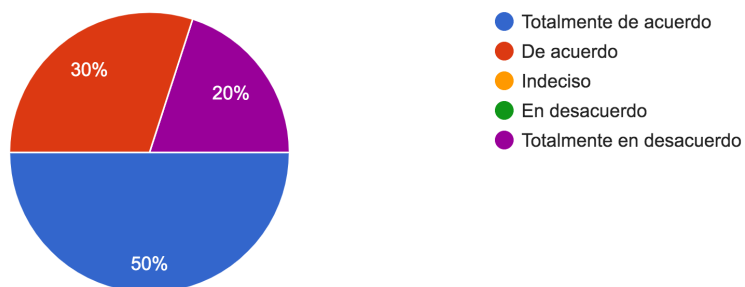
¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



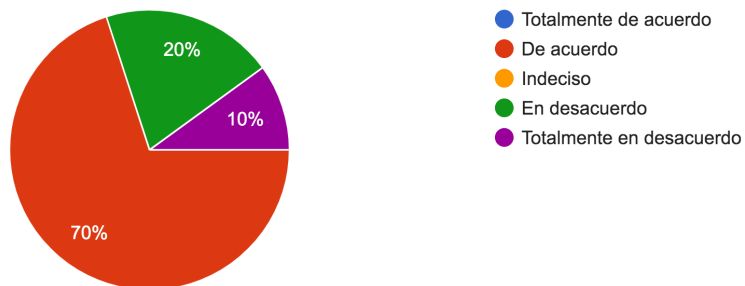
¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español?

10 respuestas



ANEXO II

Respuestas de los diez periodistas consultados de *As* y *Marca* en el cuestionario.

Encuestado 1

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje.

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 2

Questionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Experto Externo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 3

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 4

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 5

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Agencia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 6

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

Nunca
 Raramente
 Ocasionalmente
 Frecuentemente
 Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

Sí
 No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 7

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Fútbol internacional	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 8

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 9

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otros	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Encuestado 10

Cuestionario de informaciones sobre videoarbitraje

Este cuestionario forma parte de una investigación científica sobre el tipo de informaciones que se publican en los medios de comunicación digitales sobre el videoarbitraje

Indique el medio de comunicación digital donde trabaja actualmente *

- Web de diario As
- Web de diario Marca

¿Con qué frecuencia cree usted que se pueden encontrar informaciones sobre videoarbitraje en cada una de las secciones del medio donde trabaja? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Portada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Champions League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Europa League	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liga Santander	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Liga SmartBank	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polideportivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Otros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿A qué tipo de género periodístico cree usted que pertenecen las informaciones sobre videoarbitraje que se publican en su medio? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuentemente
Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Reportajes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Entrevistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos de Opinión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

¿Con qué frecuencia cree que las informaciones de su medio sobre videoarbitraje incluyen elementos imágenes? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de algún vídeo como recurso? *

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

¿Cree que la mayoría de informaciones sobre videoarbitraje publicadas en su medio han hecho uso de alguna infografía como recurso? *

- Sí
- No

¿Qué tipo de autor de su medio piensa usted que predomina a la hora de elaborar informaciones sobre videoarbitraje? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Redactor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experto Externo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de sentimiento mayoritario hacia el videoarbitraje cree usted que manifiestan las informaciones de su medio? *

- Sentimiento positivo
- Sentimiento negativo
- Sentimiento neutro

¿Qué tipo extensiones en cuanto al número de palabras cree usted que tienen las informaciones sobre videoarbitraje en su medio? *

- Extensión Corta (entre 0 y 300 palabras)
- Extensión Medio-corta (entre 300 y 500 palabras)
- Extensión Medio-larga (entre 500 y 1000 palabras)
- Extensión Larga (más de 1000 palabras)

¿Cree usted que la llegada oficial del sistema de videoarbitraje ha sido positivo para el fútbol profesional a nivel mundial? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los aficionados han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los entrenadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los árbitros han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Cree usted que los jugadores han aceptado de forma positiva el uso del videoarbitraje de forma oficial en el fútbol profesional español? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

