

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

## ¿Mejora o declive del Periodismo deportivo televisivo?: Punto de vista del televidente

Cambios en las percepciones sobre el periodismo deportivo televisivo de hoy en día en relación a los que existían en los 90'

Autor/es:

Morales Di Mateo, Luis Facundo – LU: 1103206

Carrera:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Lic. Ciarleglio Gonzalo

Año: 2021

## INDICE

Resumen.....	3
Abstract.....	3
Introducción problemática-referencial y exposición de la investigación.....	4
Objetivos.....	7
Hipótesis.....	8
Marco teórico.....	8
Marco metodológico.....	13
Análisis.....	15
Características del encuestado. Afinidad con el deporte y los programas.....	15
Profesionalidad, variedad de temas, entretenimiento, calidad informativa. ¿Mejora o deterioro?.....	18
Coincidencias entre la cantidad de programas deportivos televisivos que el encuestado observa u observaba con las buenas o malas percepciones del televidente.....	20
¿Cambiaron las percepciones? Porcentajes.....	23
Conclusión.....	25
Bibliografía.....	29
Anexos.....	30

## **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo integrador final es analizar los cambios en las percepciones de los hombres de 45 a 60 años de edad en los aspectos de profesionalismo (seriedad profesional), variedad de temas, entretenimiento y calidad de la información de los programas actuales de periodismo deportivo televisivo en relación a los de los 90'. Para cumplir con el objetivo se optó por la encuesta como método de recolección de datos y luego los mismos fueron analizados en base a los objetivos específicos que se han establecido en el trabajo. Dicho análisis se relacionó con nuestra teoría general la cual refiere al proceso de percepción del ser humano y se ha relacionado con el mundo del periodismo deportivo televisivo y sus diferentes impresiones que puede generar en los televidentes (en este caso en los cuatro aspectos ya mencionados). Como se mencionó, los encuestados debieron comparar a los programas deportivos televisivos (en general) de la actualidad en relación con los de los 90's.

Palabras clave: Percepciones – Periodismo deportivo - Calidad informativa – Profesionalismo – Variedad de temas - Entretenimiento

## **ABSTRACT**

The final aim of this project is to analyze the changes that males in about 45 to 60 years old may have in aspects like professionalism, different themes, entertainment and quality of the information in actual TV sports shows regarding to 90's TV sports shows. To comply with the main objective we have chosen surveys as data recollection and then, the data was analyzed using the specified objective of this investigation as a guide. The analysis was related to the general theory that refers to the human perception process and this theory was combined with the TV sports' shows and the different kinds of impressions that these shows might generate in People (in this case the four aspects that were mentioned). As told, People in the surveys had to compare the TV sports shows (general) nowadays regarding to the ones on the 90's.

Keywords: Perceptions - Sports journalism - Information quality - Professionalism - Variety of topics - Entertainment

## **Introducción problemática-referencial y exposición de la investigación**

Para comprender de una manera más efectiva todo el análisis provisto en el trabajo, es necesario realizar algunas aclaraciones sobre los conceptos con los cuales trabajaremos a lo largo del mismo.

Primero que nada, cabe aclarar que el Periodismo deportivo es la rama del periodismo (dentro de las ciencias de la comunicación social) que informa, principalmente, sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos. Este periodismo puede realizarse a través de diferentes medios, tales como la prensa, la radio, la televisión, el Internet, entre otros. En este trabajo nos concentraremos exclusivamente en el periodismo deportivo televisivo.

Actualmente los programas deportivos acaparan gran cantidad de la audiencia a nivel nacional. Esto se puede observar con las mediciones de Kantar Ibope Media realizadas en enero de 2021 en donde el canal televisivo ESPN se coloca en tercer lugar en nivel de audiencia con 1,10 puntos. Solo por detrás de TN (1,84 puntos) y C5N (1,48 puntos). Este tercer puesto deja en claro el interés en los programas deportivos televisivos, más específicamente en el programa de *90 minutos de futbol* conducido por Sebastián Vignolo que es el más visto del canal. Pero estos puntos altos de audiencia en canales deportivos no suceden solamente en ESPN, sino que también sucede con el canal TyC Sports, donde según el mismo estudio el canal tiene 0,53 puntos, ubicándose en el noveno puesto. En este último canal, programas como *Paso a paso* y *Súper futbol* son los más demandados por los televidentes. En último lugar, con menos rating que los demás pero con una audiencia significativa, encontramos al programa conducido también por Sebastián Vignolo, *Pasión por el futbol*, esta vez en el canal El trece. Este último programa, según datos de la empresa Kantar Ibope Media, rindió 2,2 puntos en la noche del 25/4/2021 (Cabe aclarar que se encuentra en el mismo horario que el programa con más audiencia de nuestro país (*Master Chef*)).

Pero no es una novedad que los programas deportivos de la televisión sean muy demandados por los argentinos. Ya desde su llegada a la TV fueron requeridos por aquellos fanáticos del deporte más famoso del país, el futbol. En sus comienzos, podemos encontrar programas emblemáticos que se fueron ganando la atención de la gente y un lugar en la historia de la tv deportiva. Programas como *Todos los goles* con

su primera emisión en 1983 y conducido por leyendas del periodismo deportivo tales como Zavatarelli, Niembro, Julio Ricardo y Araujo; o *Futbol de primera* de 1985, conducido por el histórico Enrique Macaya Márquez, programa que logró consagrarse con el Martín Fierro en 1987 y luego en 1998 como mejor programa deportivo.

En 1992, aparecía otro gigante del periodismo deportivo, el programa conducido por Quique Wolf *Simplemente futbol* y que hoy en día perdura en la actualidad. En esta década también tendremos programas como *Tribuna caliente*, el cual fue creado por Gerardo Sofovich y su primera emisión fue el 13 de septiembre de 1993 con la conducción de Julio Ricardo López Batista. Este programa fue responsable de cubrir mundiales como el de Estados Unidos 1994, Francia 1998, Corea-Japón 2002 y las Copas América de Uruguay 1995, Bolivia 1997, Paraguay 1999.

*Videomatch* es un programa que repercutió de gran manera en esta década. Si bien este programa conducido por Marcelo Tinelli lo relacionamos con el humor y los chistes, inicialmente comenzó como un programa deportivo allá por 1990. Este programa fue mutando hacia el humor a medida que pasaba el tiempo debido al poco éxito que tuvo en el primer año de emisión. Pero ese inicio, ese año en donde se dedicaron exclusivamente al deporte, es más que recordado por aquellos televidentes que siguieron siempre a Videomatch.

Si bien los programas mencionados son de distintas décadas e incluso distintos canales, hay algo que tienen en común: La audiencia que los mantiene a flote. Tanto en los 90' como en la actualidad, los televidentes y los programas han evolucionado de diferentes formas. No todos pudieron contemplar estos cambios, ya sea porque los que veían los programas en los 90' hoy ya no están o porque los que ven los programas de la actualidad eran muy jóvenes (o incluso no habían nacido). Pero existe un grupo etario que tuvo la posibilidad de poder apreciar e interpretar los programas de los 90's de igual manera que los actuales.

Es aquí donde nace el sentido de esta investigación, en aquella gente que tuvo la posibilidad de presenciar las emisiones de los programas deportivos televisivos de la década de los 90's y la actualidad. Aquella parte de la población capaz de diferenciar cómo distintos aspectos de los programas, tales como el profesionalismo por parte de

los integrantes, la variedad de temas tratados, la capacidad de entretener al televidente y la calidad de la información, fueron mutando a lo largo de los años.

Es por eso que la pregunta central de la investigación sobre la que gira entorno la investigación es la siguiente: ¿Cómo perciben las personas de 45 a 60 años de edad en la actualidad, los programas deportivos televisivos de hoy en día en relación a los que existían en los 90'? Para resolver esta pregunta nos basaremos en cuatro programas de la actualidad (Pasión por el futbol, Paso a paso, 90 minutos FC y El show del futbol) y cuatro de los 90's (Tribuna caliente, Video match, Futbol de primera y Simplemente futbol). Programas que podrían considerarse centrales de cada época debido a la repercusión que tuvieron y tienen en el periodismo deportivo televisivo, reflejado en el rating que generan y el reconocimiento.

Para llevar a cabo dicha investigación y responder a la pregunta central se analizará en qué porcentaje los cambios en las percepciones son de un aspecto negativo o positivo mediante una comparación entre ambas épocas por parte de los participantes de la investigación. Esas percepciones se medirán en cuatro aspectos principales que forman un programa televisivo deportivo: Profesionalismo, variedad de temas, entretenimiento y calidad de la información. En adhesión a ello, se buscará identificar y medir si las percepciones en los aspectos mencionados se destacan en uno de ellos o si es una cuestión general, ya que puede ser que en alguno de los aspectos mencionados se denote una mejoría pero que en otro de ellos se interprete un declive en el transcurso de una época a otra.

Con esa información recopilada, se buscará encontrar un patrón común dentro de las respuestas obtenidas para cuantificar si para esta población de análisis (personas de 45 a 60 años) percibe, como se mencionó, un declive o una mejora en los aspectos mencionados y si eso sucede en todos ellos o si solo ocurre en uno, dos o tres de los aspectos.

La realización de dicho proyecto, cumpliendo con las variables con las que se trabajarán, será más que útil para identificar cómo el grupo etario seleccionado (hombres de 45 a 60 años de edad en la actualidad) interpreta los factores fundamentales que forman hoy al periodismo deportivo televisivo en relación a los de

los 90's, otorgando un panorama sobre si la mutación de estos programas en los últimos 30 años fueron positivos o no para este grupo.

El aporte será valioso para aquellos programas que deseen poder cautivar con mayor efectividad a los televidentes de estas edades, generando más rating y un público más amplio. Pero no solo será válido para los programas que traten de deporte, sino para aquellos que traten otras temáticas.

Los cambios (o no) en las percepciones de aquellas personas aportan información sobre los hábitos de consumo, ayudando así a las empresas periodísticas y a la mejor comprensión del público que los observa. En adhesión a ello, al ser un trabajo nuevo en cuanto al problema planteado, funcionará como punto de partida para futuras investigaciones.

A su vez, la investigación es viable ya que se cuentan con las herramientas necesarias para poder llevarla a cabo de la manera más efectiva posible. Con los formularios virtuales para completar encuestas se puede lograr un alcance más amplio para obtener resultados más precisos. Esto es así ya que un estudio de 2019 realizado por el portal estadístico internacional Statista otorgó el porcentaje de la población con acceso a internet en Argentina de octubre a diciembre de 2019, demostrando que el 85,3% de la población argentina de 30 a 64 años de edad tiene acceso a internet. También se cuenta con una computadora capaz de analizar los datos obtenidos.

Además, las encuestas que se utilizarán serán prácticas e intuitivas a la hora de responder las preguntas, por lo que no habrá lugar a confusiones o errores de interpretación.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar los cambios en las percepciones (positivos, negativos o indiferentes) en los aspectos de profesionalismo (seriedad profesional), variedad de temas, entretenimiento y calidad de la información de los programas actuales en relación a los de los 90'.

### **Objetivos específicos**

- Identificar si los aspectos mencionados varían y en caso de hacerlo, en qué medida lo hacen (ya sea positiva o negativamente) para encontrar un patrón común dentro de las respuestas obtenidas y así cuantificar si esta población de análisis (personas de 45 a 60 años) percibe un declive o una mejora en dichos aspectos.
- Contabilizar en qué porcentaje dichos aspectos variaron en sí mismos en comparación con ambas épocas (ej: seriedad profesional en la actualidad con seriedad profesional en los 90) para distinguir los cambios de impresión que tuvieron y cómo estas mutaron en relación con sí mismas en la percepción de la gente.
- Tratar de detectar coincidencias entre la cantidad de programas deportivos televisivos que el encuestado observa u observaba con las buenas o malas percepciones del televidente.

### **Hipótesis**

Las hombres de entre 45 a 60 años de edad de hoy en día que tuvieron la posibilidad de presenciar los programas televisivos deportivos de los 90's y los de la actualidad perciben un declive en cuanto a la seriedad profesional, la variedad de temas, el entretenimiento y calidad de la información de los mismos.

### **Marco teórico**

El paradigma sobre el cual basaremos la investigación será el INTERPRETATIVO. Esto será de esta forma ya que se buscará comprender e interpretar los datos y la información que esta investigación nos otorgue.

### **Estado del arte**

Luego de realizar una intensa búsqueda en los diferentes portales que proveen fuentes académicas, se ha identificado que nuestro problema de investigación no ha sido tratado anteriormente. La literatura revisada reveló que no hay antecedentes sobre la pregunta de investigación en cuestión y que no existen antecedentes ni hay una idea clara y precisa sobre el fenómeno.

Sin embargo, existen trabajos científicos que han trabajado sobre aspectos de nuestro tema a investigar y que están relacionados en por lo menos alguno de ellos en la investigación. Estos trabajos mencionados abarcan diferentes cuestiones de nuestro tema y vale la pena destacarlos en este apartado.

La investigación de Torres Lozano (2008) se ha enfocado en aspectos similares a los nuestros ya que aquí el investigador se centra en observar cuál ha sido el desarrollo que ha tenido el periodismo deportivo durante las últimas dos décadas en Colombia, qué ha cambiado y qué características actuales tiene el género. Para lograr su finalidad el autor busca identificar las principales características que tiene el periodismo deportivo en su manera de funcionar y de ejercer por parte de los periodistas actuales.

El autor comienza por explicar lo que viene a ser la historia del deporte y su evolución en el tiempo junto con sus primeras apariciones en los portales noticiosos. Luego de desarrollar lo mencionado, comienza a situar la historia del periodismo deportivo en Colombia, destacando sus inicios y sus mayores representantes para luego realizar un estudio de los contenidos y evolución a partir de los 90's.

Torres Lozano llega a concluir que el padre y mayor exponente del periodismo deportivo en Colombia fue Carlos Arturo Rueda. Este personaje icónico, afirma el autor, contagió a otras personas a ingresar al mundo del periodismo deportivo, esto generó público e hizo que el deporte fuera tenido en cuenta como una necesidad y que fuera agendado en los medios de comunicación y por parte de los periodistas.

A partir de allí, Torres comprueba que el periodismo deportivo gradualmente fue generando un auge y esto hizo que los periodistas se empezaran a preparar profesional y académicamente para poder ejercer como reporteros deportivos, sin embargo, muchos otros también eran empíricos en el tema y en muchas ocasiones sobresalieron y quedaron en la historia como grandes representantes del ejercicio periodístico.

Pero el punto más interesante de las conclusiones a las que se llegó en este trabajo es que en cuanto a la década de 1.980 a 1.990, los periodistas e investigadores de la información deportiva entrevistados para la investigación, afirmaron y concordaron que estos años fueron una época dorada para la profesión y para quienes la ejercieron, pues los espacios que existentes en los medios (radio, televisión y prensa) para publicar notas, crónicas y reportajes eran muchos más extensos a los de hoy, y se podían ver

cubrimientos y textos de calidad de los enviados especiales a acontecimientos deportivos de gran magnitud.

Se puede probar que en las últimas dos décadas el periodismo deportivo ha experimentado disminución de espacios en los medios y esto se ha trasladado a la contratación de manos de obra en él y esto es una limitante para los jóvenes que hoy tienen esperanzas de ingresar al medio.

Esta investigación ha permitido hablar claramente de otro de los rumbos que tomó el ejercicio de la prensa deportiva y ha podido analizar la preparación de aspirantes rumbo a la profesión periodística. Los jóvenes tienen la ventaja de conocer muchas de las nuevas tecnologías, tendencias y medios para la información como las páginas Web y la formación académica que hoy sirve para poder trabajar como periodistas deportivos.

Otra de las investigaciones que pueden entrar en este apartado es la de Quiroga, Sergio Ricardo (2011) en su trabajo titulado Público e imágenes: Percepciones del periodismo deportivo. Aquí el investigador lo que busca analizar es el cómo influye la imagen de público de los periodistas deportivos locales en la construcción de sus noticias. A su vez, también se plantea establecer cuáles son las ideas de deporte del periodismo deportivo como ingrediente en la elaboración noticiosa.

Otros objetivos planteados en la investigación fueron los de conocer las imágenes de público de los periodistas deportivos locales, y saber cómo influyen en la elaboración de las propias noticias.

A lo largo de su investigación, Quiroga ha llegado a elaborar conclusiones respecto de sus objetivos. Él afirma que los periodistas son mediadores e interlocutores entre “la realidad” que perciben y los públicos a quienes se dirigen. Los periodistas también, elaboran la realidad al seleccionar y elegir qué acontecimientos ingresaran en la agenda de los medios y cuales no lo harán. A su vez, el autor confirma que la percepción de imágenes de público constituyen las ideas previas, que tienen los periodistas deportivos sobre la probable conformación de sus audiencias. Llega a la conclusión de que son aquellas figuras, representaciones de una comunidad de desconocidos que comparten la recepción de una propuesta mediática deportiva.

Por último, el autor afirma que desde esa perspectiva la relación entre percepciones de público del periodismo deportivo local y las condiciones de noticiabilidad de los programas puede caracterizarse como directa y sensible. El público deportivo es de edades diversas, le gusta el deporte local, regional y nacional y es generalmente nómada, en el sentido de ser fieles al programa deportivo, más allá del medio y del horario y la percepción periodística de contar con ese tipo de público, influencia las condiciones de noticiabilidad de los acontecimientos, en su transformación en eventos noticiables.

El siguiente artículo es el realizado por José Luis Rojas Torrijos de la Universidad de Sevilla, titulado “Periodismo deportivo”. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro”. Aquí el autor no trabaja sobre las percepciones en cuanto a esta disciplina, sino que se centra en analizar algunas de las últimas tendencias en periodismo deportivo, que están llamadas a mostrar el camino para los años venideros, como son las nuevas narrativas multimedia e interactivas y los textos informativos de largo formato.

El autor comienza por explicar que el periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos. Hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos.

El investigador realiza una exploración por distintos ejes temáticos pero focalizándose en los nuevos formatos del periodismo deportivo. Luego de esta exploración, el investigador puede concluir que el internet ha permitido a los periodistas sacar a la luz toda su creatividad para presentar sus historias de una forma innovadora con el fin de satisfacer las nuevas exigencias del entorno 2.0. También logra afirmar que las expectativas de un receptor que ya es participativo y tiene capacidad para tomar la iniciativa y que en este contexto de cambio estructural, el periodismo deportivo ha sido capaz de reinventarse incorporando nuevas herramientas tecnológicas aplicadas a las tareas periodísticas para ofrecer formatos renovados que empiezan a marcar tendencias en otras áreas informativas.

En último lugar se colocó un trabajo de investigación cuyo propósito es analizar la práctica periodística del programa de televisión “El show del Fútbol” (André, Figueroa 2013). Esta tesis se ha encargado de recolectar y exponer el conjunto de factores que

determinan que “El Show del Fútbol” procede en su labor comunicativa ejerciendo una práctica incorrecta del periodismo. El autor afirma esto ya que lo ve reflejado tanto en la parte estética como en cómo se presentan los hechos noticiosos emitiendo opiniones con prejuicio para provocar el morbo entre la gente (forma en la que se sostienen los debates sobredimensionando las peleas, haciendo del sensacionalismo y la polémica exagerada la herramienta clave para atraer audiencia). A su vez, en la pobre calidad del contenido informativo.

El autor logra concluir que “El Show del Fútbol” ejerce una mala práctica del periodismo al dejar de lado la información para emitir opiniones prejuiciosas; presuponer hechos con el fin de crear morbo entre la gente; generar escándalos, polémica sobredimensionada y controversia desmesurada para obtener mayores televidentes y mayor rating. Esto nos sirve porque lo que sucede en este programa...

utiliza un lenguaje burdo y carente de respeto hacia el público y hacia los periodistas que son parte de determinado debate; vender el “show” sin importar las consecuencias, sin tener responsabilidad ante la sociedad por inducir a la violencia y generar caos entre las personas; la falta de ética de sus periodistas y productores por exponer dichas herramientas anteriormente mencionadas hacia los televidentes evidencian que su propósito es ganar más sintonía sin aportar educativamente conocimiento a quienes los ven. Sin embargo, el cambio está en los mismos protagonistas y, sobre todo, en los jóvenes que están por adentrarse en el mundo de la comunicación televisiva en corregir los errores señalados y hacer del periodismo una labor noble y respetuosa. La tendencia a dramatizar los hechos noticiosos logran atraer la atención de más audiencia, en primera instancia, pero lo que repercute este tipo de actos es que se distorsione la realidad y se venda un producto falso, carente de calidad en su contenido.

### **Teoría general**

La teoría general en la cual se basará la investigación será la teoría de la percepción de la forma, conocida como “La psicología de la Gestalt” expuesta por el psicólogo alemán nacionalizado estadounidense, Max Wertheimer (1880 – 1943). De esta teoría se tomará lo que se conoce como el proceso de percepción y se vinculará con el hecho de cómo el televidente selecciona, organiza e interpreta la información que los programas

deportivos televisivos en los cuatro aspectos que los encuestados deberán dar su punto de vista.

Se buscará analizar cómo fueron cambiando las percepciones en relación con dichas formas y se vincularán con las variables de la investigación.

### **Teorías sustantivas**

Para trabajar con los conceptos de variedad de temas y calidad de la información dentro del mundo televisivo, utilizaremos el trabajo realizado por Rafael Díaz Arias, Julia González Conde y Daniel Aparicio para la Universidad Complutense de Madrid en el cual toman como valores la pluralidad y diversidad de los contenidos (variedad de temas) y en relación a la calidad informativa esta se vincula con la calidad de temas y con los contenidos.

A su vez, se utilizará el concepto de seriedad asociada al profesionalismo planteado por Julián Pérez Porto y Ana Gardey, el cual afirma que no puede actuar de forma improvisada o apresurada y que siempre debe respetar a sus compañeros y equipo de trabajo.

## **Marco metodológico**

### **Tipo, diseño y enfoque de esta investigación**

Será un estudio longitudinal donde dicha investigación será de índole correlacional ya que se concentrará en encontrar un patrón predecible en la población de estudio seleccionada. Se van a evaluar el grado de asociación entre las variables y se medirán cada una de ellas para luego después cuantificar y analizar la vinculación (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010).

Se buscará identificar cómo perciben las personas de 45 a 60 años de edad en la actualidad los programas deportivos televisivos de hoy en día en relación a los que existían en los 90. Para ello, la perspectiva metodológica utilizada será la cuantitativa ya que se mantendrá una distancia con el encuestado con el fin de poner en números los datos obtenidos para luego analizarlos.

## **Objeto de estudio**

### **Población de análisis:**

Hombres nativos argentinos de 45 a 60 años de edad que residan en la ciudad y provincia de Buenos Aires.

### **Unidad de análisis:**

La población de análisis y sus respectivas opiniones en cuanto a los programas deportivos actuales en relación con los de los 90's

### **Muestra:**

El muestreo fue de índole probabilístico al azar dentro de la población de análisis. Teniendo en cuenta que, según el censo realizado en 2010 por INDEC, un total de 1.093.551 hombres nativos argentinos viven en la provincia de Buenos Aires y se encuentran en el rango etario con el que trabajaremos, más un total de 201.148 hombres nativos argentinos, según la misma fuente, se encuentran viviendo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se logró tomar una muestra del 0,03% (506 encuestados) del total de dicha población total (1.294.699) para encuestar.

A los encuestados se les preguntó si vieron algunos de los programas deportivos televisivos de los 90's (Tribuna caliente, Video match, Futbol de primera y Simplemente futbol) y lo mismo con los actuales (Pasión por el futbol, Paso a paso, 90 minutos FC y Súper futbol). Estos programas fueron elegidos basándonos en el rating y en la relevancia que tienen. Sin embargo, cabe aclarar que el encuestado tendrá la opción de colocar otro programa q haya visto.

### **Técnica de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la de la encuesta debido a que, además de ser una técnica cuantitativa, nos permitió elaborar estadísticas en base a los datos obtenidos y esto reforzó el estudio realizado. La encuesta se refiere a opiniones del grupo encuestado y se realizó vía web para poder lograr un alcance mayor. También

es longitudinal con retrospectiva y por último cabe aclarar que tiene una finalidad académica.

Se ha elegido realizarla vía web debido a que en las zonas de capital y la provincia de Buenos Aires hasta marzo de 2021 (INDEC, Dirección Nacional de Estadísticas y Precios de la Producción y el Comercio. Dirección de Estadísticas del Sector Terciario y Precios) un total de 20.555.83 personas poseen acceso a internet, colocándola en el primer puesto en comparación con otras zonas del país.

En la investigación se trabajará con cuatro aspectos en específico (seriedad profesional, variedad de temas, entretenimiento y calidad de la información) que serán evaluados de escala de “muy poca...**aspecto a calificar**” hasta “muy...**aspecto a calificar**” por parte de los que participen en la encuesta. Así será con todos los aspectos mencionados y esto luego será relacionado con las otras variables de la investigación para poder encontrar un patrón en las respuestas.

El modelo de la encuesta que fue utilizada se encuentra en la sección de “Anexos”

## ANALISIS

### **Características del encuestado. Afinidad con el deporte y los programas.**

En el proceso de recolección de datos se logró encuestar a más de 500 personas (506), las cuales, como se puede ver en la sección de “metodología de abordaje”, fueron realizadas a hombres entre 45 a 60 años de edad que residen en la zona del PBA o en CABA.

En los 506 encuestados, un 74,8% reside en PBA mientras que el 25,2% restante lo hace en CABA. En cuanto a las edades, la mayoría, pero por cantidades mínimas, poseen entre 45 a 49 años de edad (el 34,1%). Luego le siguen los de edad entre 56 a 60 con el 31,1% y los de 50 a 55 con el 30,5%.

Dichos encuestados, debieron responder preguntas tales como “¿con qué frecuencia observas partidos de fútbol?” y también sobre con qué frecuencia observa y observaba programas deportivos televisivos.

Estas preguntas otorgan un mayor grado de conocimiento sobre el objeto de estudio y también nos brinda una visión más amplia a la hora de conocer sobre qué grado de conocimiento previo de la materia (Fútbol y programas deportivos televisivos) el encuestador basó su opinión a la hora de comparar ambas épocas.

Dentro de los 506 encuestados, más de la mitad (el 56%) afirma observar partidos de fútbol siempre. En cuanto al 44% restante, la gran cantidad de ellos (el 31%) observan fútbol “de vez en cuando”, mientras que el resto (el 13%) admite ver partidos de fútbol solo cuando juega el equipo del cual son simpatizantes. La alta tasa seguidores de dicho deporte en la encuesta realizada para esta investigación no es para nada una casualidad ya que, en 2018, en los octavos de final de la copa mundial de fútbol entre Argentina - Francia, la transmisión marcó récord de audiencia por la TV Pública con un pico máximo de 49,5 puntos de rating, según la medición del minuto a minuto de Ibope. Para poner un ejemplo más actual y del ámbito local, el Boca - River por octavos de la copa argentina 2021 obtuvo un alto promedio de audiencia con picos de 30 puntos de acuerdo con los datos en total hogares de Ibope.

Como era de esperarse, junto con el fanatismo hacia el deporte (ya sea en mayor o menor medida), viene el interés por los programas deportivos que justamente tratan y debaten sobre fútbol. Si bien el porcentaje de encuestados que afirma ver programas deportivos de manera regular u ocasional es inferior al porcentaje de encuestados que miran fútbol, aún existe un alto nivel de estos. En la investigación, solo el 17% del total de los encuestados admite no ver nunca programas deportivos televisivos de la actualidad. Sin embargo, el resto de los encuestados sí que lo hace, el 35,5% de manera cotidiana y siempre que puede mientras que el 47,5% restante lo hace de vez en cuando.

En cuanto a la visibilidad de los programas deportivos televisivos de la década de los 90's encontramos que hay una mayor visibilidad hacia estos en relación con los actuales. En esta pregunta, solo el 9,2% declaró que no consumía esos programas durante esa época. En cuanto a los que sí los veían, un 40,1% afirma que los veía siempre y el 50,7% lo hacía de vez en cuando.

Estos datos son más que alentadores para la investigación ya que como podemos observar, los niveles de visualización sobre ambas épocas son más que altos. Y no solo eso, sino que en varios casos, aquellos que no ven programas deportivos televisivos en la actualidad sí lo hacían en los 90's y viceversa.

A los encuestados, también se le dieron cuatro opciones de programas deportivos televisivos actuales y cuatro de los 90's para que nos indique cuáles de ellos suele y solía observar (también se le ofreció la opción de que coloque el nombre de otro programa). Con esta información se sabe si el encuestado basó su opinión guiándose en varios programas o si fue basándose en menos.

Los programas actuales que aparecen como opción son: Pasión por el fútbol, Paso a paso, 90 minutos FC y Súper fútbol. En cuanto a los programas de los 90's, las opciones se redujeron a: Tribuna caliente, Video match, Fútbol de primera y Simplemente fútbol. Dichos shows fueron ofrecidos como opción basándose en la popularidad y rating que estos tenían/tenían (como se puede observar en el apartado de "introducción problemática-referencial y exposición de la investigación" de la investigación).

Como fue mencionado, esta pregunta se realizó con el fin de conocer si el encuestado basaba su opinión final teniendo conocimientos sobre varias modalidades de diversos programas o si era una cuestión más de comparar basándose en uno o dos programas solamente. No es lo mismo formar una opinión sobre los programas de una determinada época basándose en una gran variedad de estos mismos vistos que con una escasa variedad de ellos.

Continuando con esta pregunta, se puede observar claramente una mayor variedad sobre los programas vistos en la actualidad en relación con los de los 90's. Los encuestados eligieron, entre las opciones que se le ofrecieron, en su gran mayoría al programa conducido por Sebastian Vignolo "90 minutos de fútbol" (el 51,2% de las veces). Sin embargo, programas como Paso a paso, Pasión por el fútbol y Super fútbol tienen una cantidad más que considerable de televidentes entre los encuestados (37,9%, 15,4%, 11,3% respectivamente). Cabe aclarar que los encuestados tenían la posibilidad de seleccionar más de uno de los programas que aparecían como opción.

En cuanto a los programas seleccionados de la década del 90, existe una gran disparidad entre uno de ellos en relación con el resto. El más seleccionado, elegido en el 76.9% de los casos, es el histórico programa conducido por Enrique Macaya Márquez, ganador de un Martín Fierro en 1998 "Fútbol de primera". Se habla de una gran diferencia porque el programa más seleccionado luego de este es el de Quique Wolf "Simplemente fútbol", que si fue seleccionado en gran cantidad de ocasiones (36%), lejos está del

programa conducido por Márquez. Luego le sigue “Tribuna caliente” con el 25,5% y “video match” con el 15,3%.

### **Profesionalidad, variedad de temas, entretenimiento, calidad informativa. ¿Mejora o deterioro?**

Una vez respondidas las preguntas que tienen como función conocer el grado de afinidad que posee el encuestado con el deporte y los programas de dicha temática, la persona ya comienza la etapa donde debe comparar ambas épocas del periodismo deportivo televisivo basándose en su percepción y opinión propia.

La encuesta le solicita a quien la haga que compare ambas épocas (actualidad y década de los 90) en cuatro aspectos que se pueden considerar centrales a la hora de hacer un programa. Dichos aspectos son: Profesionalidad, variedad de temas, entretenimiento, calidad informativa. El sistema de comparación es igual en los cuatro aspectos, el encuestado puede elegir entre 5 opciones las cuales le permitirá realizar la diferenciación de manera simple y clara.

Para que sea más sencillo para el encuestado poder comparar, las opciones se reducían en cinco opciones. Dos de ellas marcaban una gran diferencia a favor para cada época, otras dos marcaban una diferencia más sutil a favor de cada época y la última le daba la posibilidad de manifestar que el aspecto a evaluar se mantiene de manera igual en ambas épocas.

En este caso, al encuestado se le otorgó una breve definición sobre el aspecto a evaluar basada en diversas teorías que pueden observarse en el apartado de “teorías sustantivas”. Con esta definición, solo se debe elegir la opción que más represente a su opinión personal y seleccionarla.

Esto permitió identificar si dichos aspectos varían y si lo hicieron de manera positiva o negativa y permitió observar el declive en algunos aspectos y la mejoría en otros. Si bien en las cuatro preguntas donde cada una representaba un aspecto las 5 opciones fueron seleccionadas más de una vez, se puede observar una clara tendencia en favor de algunas respuestas.

El primer aspecto a evaluar fue el de “profesionalidad” en donde se le dio una breve definición al encuestado sobre esta para que formule su opinión en base a eso. En este caso, hay una clara inclinación a favor de los programas de los 90’s. Esto es porque casi la mitad de los encuestados (el 48,7%) afirma y reconoce que los programas deportivos televisivos de los 90’s mantenían una mayor profesionalidad con respecto a los actuales. Pero no solo eso, sino que el 21,5% también afirma que lo eran pero de una manera más sutil. Esto nos quiere decir que el 70,2% considera que existe un declive en cuanto a este aspecto mientras que solo el 9% de los encuestados observan una mejoría (6,5% una gran mejoría y el otro 2,5% una mejoría leve). En cuanto al resto de encuestados, o sea el 20,7%, afirma que para ellos ambas épocas mantienen el mismo nivel de profesionalidad. Sin embargo, si bien ese número es importante, es más que claro que los niveles mostrados en la investigación favorecen a la década de los 90’s.

Las cosas cambian en el segundo aspecto a comparar, el cual es sobre “variedad de temas”. Aquí encontramos que para los encuestados, existe una mejor variedad de temas con respecto a los programas de los 90’s. El número no es tan abrumador como en el aspecto de profesionalidad, pero sigue siendo notable. De los 506 encuestados, el 36,5% de ellos considera que los programas de hoy en día ofrecen una variedad de temas mucho mayor con relación al pasado, y el 21,2% piensa lo mismo, solo que en un nivel menos marcado. Eso nos otorga el dato de que más del 55% afirma que existe una mejoría. Pero eso no quiere decir que el resto haya expresado que hay un deterioro del mismo, ya que solo el 22,6% afirma esto (12,8% interpreta una mejor variedad de temas por mucho en el pasado mientras que el 9,8% marca un deterioro pero en menor medida). El 19,7% manifestó que se mantiene de igual medida.

En cuanto al “entretenimiento” que genera cada época, también la gente se inclinó por la actualidad. Casi la mitad de ellos (el 49,9%) observa una mejoría (el 32,5% una mejoría más notable y el 17,4% de una manera más sutil). Además de ello, un 17,3% manifiesta que ambas épocas mantienen el mismo nivel de entretenimiento, dejando a 32,9% que percibe un declive en cuanto a dicho aspecto.

Ya en la última pregunta del cuestionario, al encuestado se le solicitó que compare el cuarto y último aspecto: “Calidad informativa”. En este caso, como en el primero, hay una importante inclinación a favor de los programas de los 90’s ya que, el 58,2% del total de los encuestados manifiesta encontrar un declive en dicha categoría (37,3% una

mayor calidad informativa en los 90's y el 20,9% por poco una mejor calidad en el pasado). Por su parte, menos de una cuarta parte de los encuestados declaró que la calidad informativa de hoy en día es mejor en relación a los 90's y solo el 17,5% opina que ambas épocas están igual.

**Coincidencias entre la cantidad de programas deportivos televisivos que el encuestado observa u observaba con las buenas o malas percepciones del televidente.**

Para poder definir con más afinidad el perfil general de los encuestados, a estos se les consultó sobre los programas que observan y observaban y también con qué frecuencia lo hacen/hacían. Con el fin de facilitar las respuestas de los encuestados y que la encuesta sea más dinámica, a estos se les dio la opción de elegir entre cuatro programas que, según fue explicado en la introducción del trabajo, fueron seleccionados por su fama, popularidad e impacto entre los televidentes (esto se hizo con ambas épocas). Aquí se podía seleccionar más de una opción, y también el encuestado tenía la posibilidad de darnos a conocer algún otro programa que este sintonice.

Los programas de la actualidad que se dieron como opción fueron los de: Pasión por el fútbol, Paso a paso, 90 minutos de fútbol (hoy F90) y Súper fútbol. Sin embargo, como fue mencionado anteriormente, los encuestados tenían habilitada la posibilidad de nombrar otros programas. Cambiando de época, en cuanto a los programas de los 90's que fueron utilizados como opción son los siguientes: Tribuna caliente, Video match, Simplemente fútbol y Fútbol de primera.

Otras preguntas que se les realizó a los encuestados fueron las que nos sirvieron para medir con qué frecuencia estos observan y observaban programas televisivos deportivos. La primera de ellas era: "¿Consume programas deportivos televisivos de la actualidad?" y aquí se ofrecían tres respuestas entre las cuales estaban: "Si, siempre" – "Si, de vez en cuando" – "No". En este primer caso un 47,5% seleccionó la opción de "si, de vez en cuando", un total del 35,5% eligió la opción de "si siempre" y solo un 17% admitió no consumir programas televisivos de la actualidad.

La otra de las preguntas era exactamente igual pero referida a los programas deportivos de los 90's. Esta era: "¿Consumía programas deportivos en la década de los 90's?" y aquí las respuestas que se ofrecían eran las mismas de la anterior. Estas eran "Si, siempre" – "Si, de vez en cuando" – "No". En las respuestas obtenidas se puede

observar una diferencia respecto a las respuestas sobre la actualidad, y esta es que se manifiesta un mayor nivel de audiencia en los programas televisivos actuales. En este caso, un 50,7% seleccionó la opción de “sí, de vez en cuando”, un total del 40,01% eligió la opción de “si siempre” y solo el 9,2% admitió no consumía de ninguna forma los programas deportivos televisivos de los 90’s.

Gracias a estas dos preguntas que se le realizaron al encuestado podemos denotar que hubo un aumento en cuanto a la gente que no observa este tipo de programas (del 9% al 17%), información clave que nos brindará las herramientas para identificar si existe un cambio de perspectiva negativo a la hora de comparar diferentes épocas.

En cuanto a los programas deportivos que observan los televidentes en la actualidad, aquí encontramos una gran diversidad pero existe un claro favorito. Cabe aclarar que cada encuestado podía seleccionar más de una opción de las que se le presentaban. Dicho esto, dentro de las cuatro opciones principales que se le ofrecieron a los encuestados encontramos que la gran mayoría, el 51,2%, selecciono el programa de “90 minutos de futbol” conducido por Sebastián Vignolo y perteneciente a la cadena de ESPN. Por su parte, el segundo programa que fue más seleccionado (un 37,9%), es el de “Paso a paso” conducido por Martín Souto y Ariel Rodríguez en el canal de TyC SPORTS. Como se puede observar, no existe una diferencia tan ostentosa entre el más elegido y el segundo.

En cuanto a los otros programas de la actualidad, en el tercer y cuarto puesto encontramos a “Súper futbol” y “Pasión por el futbol” con el 15,4% y el 11,3% respectivamente. Por otro lado, en cuanto a las opciones de “ninguno” y “otros”, encontramos que el 17% declaró que no ve ningún programa deportivo televisivo (mismo número que los que declararon que no consumen ningún programa). Por otro lado, una gran cantidad de los encuestados dio a conocer alguno de los programas que estos observan y que no se encontraban entre las opciones. Entre los programas que los encuestados mencionaron en la opción de “otros”, encontramos a 2 de ellos como los más elegidos. El primero de ellos es el noticiero deportivo “Sportcenter” (lo eligió un 9% de los encuestados) y el programa “F12” (con un 4,3%) conducido por Mariano Closs en el canal de ESPN.

Los datos recibidos con esta pregunta dejan a la luz que, en cuanto a la actualidad, el encuestado tiene una percepción, una interpretación particular gracias a la selección y

organización de los datos e imágenes otorgados por estos programas que se ha formado basándose en una gran variedad de programas (como muestra la encuesta) y no en uno o dos de ellos. Esto provoca que el encuestado, a la hora de comparar ambas épocas, forme su opinión sobre la actualidad basándose en un amplio repertorio sobre diversos programas con diferentes protagonistas y estilos.

En cuanto a los programas consumidos de los 90's y su variedad de programas elegidos no podemos decir lo mismo. A diferencia de la pluralidad en cuanto a los programas que se eligen observar hoy en día, a la hora de hacerlo con los programas televisivos de los 90's encontramos una gran centralización sobre uno de ellos en relación con el resto. El programa central del que estamos hablando es el icónico programa dirigido por Enrique Macaya Márquez, que logró consagrarse con el Martín Fierro en 1987 y luego en 1998 como mejor programa deportivo. Este mismo fue seleccionado en nuestra encuesta como programa que el encuestado solía observar en el 76,9% de las veces. Esto quiere decir que de cada 10 personas, entre 7 y 8 seleccionaron como mínimo esta opción.

Por otro lado, encontramos que la segunda opción que fue más seleccionada es el programa conducido por Quique Wolf "Simplemente futbol" y que hoy en día perdura en la actualidad. Dicho programa fue seleccionado en el 36% de las respuestas. Como puede observarse, si bien es un número considerable, se encuentra muy por detrás del primer seleccionado. Incluso fue menos seleccionado que el programa que se encuentra en segundo puesto de los de la actualidad.

Ya en tercer y cuarto puesto encontramos a Tribuna caliente con un 25,5%, el cual fue creado por Gerardo Sofovich con la conducción de Julio Ricardo López Batista y a Videomatch con el 15,3%. En cuanto a las opciones de "ninguno" y "otros", encontramos que en el primero fue elegido el 9% de las veces, mientras que en la otra opción encontramos una casi nula utilización. A diferencia de la actualidad, en la opción "otros" los encuestados solo mencionaron en el 1% de las ocasiones al programa "sport 80". Sin embargo es un número casi insignificante comparado con los demás programas elegidos.

Los datos recibidos gracias a esta pregunta dan a conocer que cuando el encuestado realiza las comparaciones entre ambas épocas, a la hora de recurrir mentalmente a los programas televisivos de los 90's formaron su opinión, en la gran mayoría de los casos, en base a la percepción que tenían sobre el programa de "Fútbol de primera". Si bien las

otras opciones fueron seleccionadas en una cantidad significativa, está más que claro que las mayorías de las percepciones buenas o malas se basaron en su mayoría gracias a la impresión que les generó un solo programa y no varios.

Por esta misma razón, es evidente que aquellas malas o buenas percepciones que los diferentes encuestados poseen sobre dichas épocas están basadas y relacionadas intrínsecamente con la cantidad y variedad de programas que este observa y observaba en ambas épocas. Por lo que aquella persona que ve o vio más diversidad de programas deportivos televisivos tiene más recursos a la hora de comparar en relación con aquellos encuestados que solo lo hicieron con un solo programa.

### **¿Cambiaron las percepciones? Porcentajes**

Como hemos desarrollado en los ítems anteriores, se puede identificar que las percepciones sobre dichos aspectos a evaluar han cambiado. Algunos perciben una mejoría, mientras que otros un deterioro, pero aun así, en ningún aspecto se consideró que la impresión de estos se mantiene de manera igual en ambas épocas. Esto nos lleva a preguntarnos sobre en qué medida cambiaron las percepciones de los encuestados.

Para comenzar, lo que realizaremos será unificar respuestas. Esto quiere decir que aquellas respuestas que indican una mejor percepción para cualquiera de las épocas (ya sea por mucho o por poco), se contabilizará de una manera general ya que, si bien para algunos hay mucha diferencia y para otros hay menos, no dejan de inclinarse a favor de algunas de las épocas (actualidad o los 90's).

Comenzaremos con el primer aspecto que fue evaluado: Profesionalidad (seriedad). En este punto, al encuestado se le dio una breve descripción de dicho concepto cuya definición afirma que en este caso, profesionalidad será la forma de actuar de manera ordenada, de manera seria, con respeto a sus compañeros de trabajo y televidentes. Dicho esto, con el concepto ya aclarado, el encuestado dio a conocer su opinión a la hora de comparar ambas épocas.

Basándonos en el método que utilizaremos para medir las diferentes percepciones (mencionado en el segundo párrafo del corriente título), podemos identificar que en este aspecto, que 70,2% del total de los encuestados manifiesta que en los programas deportivos de los 90's existía una mayor profesionalidad. Dejando en claro que para este porcentaje, existe un declive/empobrecimiento de dicho aspecto. Mientras que solo el

9% se inclinó por los programas de la actualidad (el resto de los encuestados seleccionaron la opción de que ambas épocas se mantienen igual).

Esto nos demuestra que hay un claro favoritismo con los 90's a la hora de medir ambas épocas en este aspecto. Pero esto no es algo que se repita en todos los casos, sino que solo se vuelve a repetir cuando se le pidió al encuestado que haga lo mismo con el aspecto de "calidad informativa". Aquí, la definición otorgada fue la de "precisión y exactitud de las noticias basadas en las fuentes oficiales más la despersonalización sobre la noticia (el periodista no expresa sus puntos de vista u opiniones)", definición tomada del trabajo realizado por Rafael Díaz Arias, Julia González Conde y Daniel Aparicio para la Universidad Complutense de Madrid.

Pero si bien los encuestados se inclinaron a favor de la década de los 90's, en esta ocasión fue en menor medida ya que el 58,2% manifestó tener una mejor percepción de este aspecto en el pasado. Por su parte, un 24,3% denota que la actualidad propone una mejor calidad en este aspecto. Una diferencia considerable si es que lo comparamos con el otro aspecto en donde los favoritos fueron los programas de antes.

Sin embargo, la supremacía de los programas deportivos televisivos de los 90's se corta cuando el encuestado debió comprar ambas épocas basándose en la "variedad de temas" y el "entretenimiento". Aquí encontramos mejores impresiones a favor de la actualidad, pero vamos a analizar cada aspecto por separado.

Comenzando por la "variedad de temas", aquí la definición que se utilizó fue la de "Pluralidad y diversidad de los temas de los que se hablan/debaten/informan". En este caso, el 57,7% nota una mejoría en este aspecto y solo el 22,6% denota un deterioro. Los datos otorgados demuestran una superior pero no tan abrumadora preferencia por la actualidad, igualmente esto puede deberse a diversas condiciones que serán explicadas en el siguiente subtítulo.

Ya como último aspecto, tenemos al de "entretenimiento" donde la definición utilizada fue la de "capacidad que tienen los programas (en este caso los deportivos televisivos) de mantener al televidente frente al televisor debido al contenido atractivo para ver". En este caso en particular, tenemos la menor diferencia a favor de una época en el total de los cuatro aspectos que fueron evaluados.

Aquí la inclinación a favor de la actualidad llegó al 49,9%, y si bien puede considerarse una cantidad importante, fue de los cuatro aspectos evaluados el que más reñido estuvo a favor de ambas épocas ya que el 32,9% de los encuestados se manifestaron a favor de los programas del pasado.

### **Conclusión**

Una vez realizado el análisis propuesto en esta investigación, se ha concluido que la hipótesis planteada al comienzo de la investigación es cierta, pero de una manera parcial y no total. Dicha hipótesis consistía en que los hombres de entre 45 a 60 años de edad de hoy en día que tuvieron la posibilidad de presenciar los programas televisivos deportivos de los 90's y los de la actualidad perciben un declive en cuanto a la seriedad profesional, la variedad de temas, el entretenimiento y calidad de la información de los mismos.

Como hemos mencionado, la hipótesis, la cual se logró comprobar mediante el análisis de los datos que hemos recopilado en la investigación, es verdadera pero no del todo. Esto se debe a que es verídica la cuestión de que, por lo menos para la gente que participó en la encuesta, existe un declive en cuanto a la seriedad profesional y la calidad informativa. Sin embargo, en cuanto a la variedad de temas y entretenimiento esta misma gente percibe una mejoría, demostrando y exhibiendo que la hipótesis era correcta hasta cierto punto.

La hipótesis fue elaborada luego de haber establecido el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. En el transcurso del trabajo se logró cumplir con dichos objetivos. En primer lugar, el objetivo general el cual consistía en analizar los cambios en las percepciones (positivos, negativos o indiferentes) en los aspectos de profesionalismo (seriedad profesional), variedad de temas, entretenimiento y calidad de la información de los programas actuales en relación a los de los 90' fue respondido a largo del análisis. En cuanto a los objetivos específicos, estos fueron un total de tres y consistían en: 1 Identificar si los aspectos mencionados varían y en caso de hacerlo, en qué medida lo hacen (ya sea positiva o negativamente) para encontrar un patrón común dentro de las respuestas obtenidas y así cuantificar si esta población de análisis (personas de 45 a 60 años) percibe un declive o una mejora en dichos aspectos. 2 Contabilizar en qué porcentaje dichos aspectos variaron en sí mismos en comparación con ambas épocas (ej: seriedad profesional en la actualidad con seriedad profesional en

los 90) para distinguir los cambios de impresión que tuvieron y cómo estas mutaron en relación con sí mismas en la percepción de la gente. 3 Tratar de detectar coincidencias entre la cantidad de programas deportivos televisivos que el encuestado observa u observaba con las buenas o malas percepciones del televidente. Dichos objetivos específicos fueron respondidos en la sección de “análisis” y cada uno de ellos posee un subtítulo que sirvió para ordenar la redacción del análisis y le facilita al lector la comprensión de los mismos.

Para cumplir con los mencionados objetivos y realizar un análisis correcto y efectivo, se optó por la técnica de recolección cuantitativa denominada “encuesta”. En la misma se tiene como objetivo conocer de qué manera los hombres del Gran Buenos Aires y de CABA pertenecientes al rango etario de 45 a 60 años de edad comparan a los programas deportivos de la actualidad en relación a los de los 90’s en cuatro aspectos principales que pueden considerarse como pilares de un programa deportivo de televisión (profesionalidad, variedad de temas, entretenimiento y calidad informativa). La mencionada encuesta también permite conocer la frecuencia con la que los encuestados observan dichos tipos de programas y también nos da a conocer qué programas en específico prefieren atender (en ambas épocas). Luego de obtener los datos mencionados, se realizó una vinculación entre las respuestas y se hicieron las respectivas conexiones que permitieron un análisis efectivo.

Se seleccionó dicha población de análisis debido a que lo que se busca en la investigación es que la comparación entre ambas épocas de los programas deportivos televisivos sea realizada por gente que haya tenido la posibilidad de presenciar en vivo y en directo los programas ya mencionados. Es por dicha causa que se seleccionó a la población de hombres entre 45 a 60 años de edad (al día de la fecha) que residan en el AMBA. El total de los encuestados que se lograron conseguir mediante diversas estrategias de difusión de la misma fue de un total de 506 (el 0,03% de la población potencial de análisis).

En la investigación se hicieron uso de varias teorías. Para ser más específico, se utilizó una teoría general y diversas teorías sustantivas. En cuanto a la general, se optó por la teoría de la percepción pero más específicamente en la parte del proceso de percepción de información en las personas (en este caso, en cuanto a los cuatro aspectos que fueron mencionados). Esta consiste, en resumen, en la selección, organización e interpretación

de la información que llega a nosotros y cómo podemos elaborar un juicio gracias a ello. Con la selección se refiere a la selección de los estímulos (en este caso los que general los programas deportivos televisivos) que el humano recibe. Con respecto a la organización, esta consiste en analizar agrupadamente los estímulos previamente seleccionados. Y por último, la interpretación dependerá de la experiencia previa de cada individuo, por ello la forma de interpretar los estímulos puede cambiar dependiendo la persona y es eso lo que se busca identificar en esta investigación. Los diferentes puntos de vista frente a los mismos estímulos.

En cuanto a las teorías sustantivas que se utilizaron, encontramos a aquellas con las que se vincularon las definiciones de los aspectos que los encuestados debían evaluar. Para trabajar con los conceptos de variedad de temas y calidad de la información dentro del mundo televisivo, se utilizó el trabajo realizado por Rafael Díaz Arias, Julia González Conde y Daniel Aparicio para la Universidad Complutense de Madrid en el cual toman como valores la pluralidad y diversidad de los contenidos (variedad de temas) y en relación a la calidad informativa esta se vincula con la calidad de temas y con los contenidos. También se utilizó el concepto de seriedad asociada al profesionalismo planteado por Julián Pérez Porto y Ana Gardey, el cual afirma que no puede actuar de forma improvisada o apresurada y que siempre debe respetar a sus compañeros y equipo de trabajo.

La realización de la presente investigación nos otorga información para identificar cómo el grupo etario seleccionado interpreta los factores fundamentales que forman hoy al periodismo deportivo televisivo en relación a los de los 90's, otorgando un panorama sobre si la mutación de estos programas en los últimos 30 años fueron positivos o no para este grupo. Aporta información importante para aquellos programas que deseen mejorar los aspectos de calidad informativa y profesionalismo, pero también brinda un panorama inspirador en cuanto al entretenimiento y la variedad de temas ya que los encuestados denotaron una mejoría en estos dos aspectos. Con esta información, los programas televisivos podrán cautivar con mayor efectividad a los televidentes de estas edades, generando más rating y un público más amplio.

Estos cambios en las percepciones de aquellas personas aportan datos sobre los hábitos de consumo, ayudando así a las empresas periodísticas y a la mejor comprensión del público que los observa. En adhesión a ello, al ser un trabajo nuevo en cuanto al

problema planteado, funcionará como punto de partida para futuras investigaciones que tendrán la posibilidad de partir desde una base para realizar estudios de índole similar.

## Bibliografía

- Brigas Hidalgo A. (2012). *Psicología. Una ciencia con sentido humano*. México: Esfinge.
- Díaz Arias R, González Conde J & Aparicio D. (2015). *Parámetros de calidad en la información de televisión. La metodología del observatorio de la calidad de la información en televisión*. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.30, edición de otoño, 2015.
- Figueroa, A. (2013). *El Show del Fútbol”: Análisis de su comportamiento* [Tesina]. Universidad de Palermo.
- Guillaume P. (1964). *Psicología de la forma*. Buenos Aires: Psique.
- Hernández Sampieri R, Fernández Collado C & Baptista Lucio P. (2009). *Metodología de la investigación* (5° Ed.).
- INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010
- Kantar Ibope Media. (2021). Calificaciones de Kantar Social TV Argentina. <https://www.kantaribopemedia.com/kttr-type-argentina/>
- Pérez Porto J & Gardey A. (2014). Actualizado: 2016.
- Ricardo Quiroga S. (2008). *Público e Imágenes: Percepciones del Periodismo Deportivo*. Vozes e Dialogo, 1.
- Rojas Torrijos J L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Universidad de Sevilla (España)
- Statista, Global No.1 Business Data Platform (2021). Población acceso internet Argentina. <https://es.statista.com/>
- Torres Lozano N. (2008). *Periodismo deportivo qué ha pasado en las últimas dos décadas* [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Javeriana.

## ANEXOS

### Modelo de la encuesta

El modelo de la encuesta que se utilizó fue el siguiente:

1 – Seleccione su sexo. Opciones: Hombre – Mujer – Otro

Se trabajó solo con los encuestados que hayan seleccionado la opción de “Hombre”. Las otras opciones aparecen para poder identificar si por casualidad la encuesta llegó a manos de una persona de otro género y así no tenerla en cuenta.

2 – Seleccione su edad. Opciones: 45 a 49 – 50 a 55 – 56 a 60 – Menos de 45 – Más de 60.

Al igual que en la primer pregunta, aquí solo se toman en cuenta las respuestas de los que poseen entre 45 a 60 años de edad. Sin embargo, se pone la opción de “menos de 45” y “más 60” para no incluir sus respuestas en el estudio.

3 – Lugar de residencia. Opciones: CABA – PBA – Otro.

Solo se tomaran en cuenta las respuestas de los que residan en CABA o PBA.

4 – ¿Observa con regularidad partidos de futbol? Opciones: Si, siempre – Si, solo partidos “importantes” – Solo cuando juega mi equipo – No, nunca

Esto nos servirá para identificar qué tan afinado al fútbol es nuestro encuestado.

5 – ¿Consume programas deportivos televisivos de la actualidad? Opciones: Si, siempre – Si, de vez en cuando - No

6 – Que programa televisivo deportivo consume (puede seleccionar las que sean necesarias). Opciones: Pasión por el futbol - Paso a paso - 90 minutos FC - Súper futbol – Ninguno - Otro (aquí el encuestado puede poner el otro programa)

Aquí ya podremos observar si el encuestado nos dirá su opinión basándose en uno o varios programas.

7 – Consumía programas deportivos en la década de los 90’s? Opciones: Si, siempre – Si, de vez en cuando - No

8 – ¿Qué programas deportivos de los 90’s consumía? Opciones: Tribuna caliente - Video match - Futbol de primera - Simplemente futbol – Ninguno - Otro (aquí el encuestado puede poner el otro programa).

A continuación, se le pide al encuestado que evalúe y compare a ambas épocas en 4 aspectos que se definirán a continuación.

9 - Entendiendo al término de “profesionalidad” (seriedad) como la forma de actuar de manera ordenada, de manera seria, con respeto a sus compañeros de trabajo y televidentes.

Usted diría que:

-Los programas televisivos de los 90’s mantenían mayor profesionalidad con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90’s mantenían por poco una mayor profesionalidad con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90’s mantenían menor profesionalidad con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90’s mantenían un poco una menor profesionalidad con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

- Ambos épocas mantienen el mismo nivel de profesionalidad.

10 - Entendiendo al término de “Variedad de temas” como la pluralidad y diversidad de los temas de los que se hablan/debaten/informan

Usted diría que:

-Los programas televisivos de los 90’s mantenían mayor variedad de temas con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían por poco una mayor variedad de temas con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían menor variedad de temas con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían un poco una menor variedad de temas con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

- Ambos épocas mantienen el mismo nivel de variedad de temas.

11 - Entendiendo al término de "Entretenimiento" como la capacidad que tienen los programas (en este caso los deportivos televisivos) de mantener al televidente frente al televisor debido al contenido atractivo para ver

Usted diría que:

-Los programas televisivos de los 90's mantenían mayor entretenimiento con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían por poco un mayor entretenimiento con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían menor entretenimiento con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían un poco un menor entretenimiento con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

- Ambos épocas mantienen el mismo nivel de entretenimiento.

12 - Entendiendo al término de "calidad informativa" como la precisión y exactitud de las noticias basadas en las fuentes oficiales más la despersonalización sobre la noticia (el periodista no expresa sus puntos de vista u opiniones)

Usted diría que:

-Los programas televisivos de los 90's mantenían mayor calidad informativa con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían por poco una mayor calidad informativa con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían menor calidad informativa con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

-Los programas televisivos de los 90's mantenían un poco de menor calidad informativa con respecto a los programas deportivos de hoy en día.

- Ambos épocas mantienen el mismo nivel de calidad informativa.