



Editado por:

© Generalitat de Catalunya
Departament de la Presidència
Institut Nacional d'Educació
Física de Catalunya (INEFC)

ISSN: 2014-0983

***Correspondencia:**

Alejandro Carriedo Cayón
carriedoalejandro@uniovi.es

Sección:

Tesis doctorales

Idioma del original:

Castellano

Portada:

Ascenso de escaladores a
la cumbre del Mont Blanc.
Chamonix (Francia)
©diegoa8024
stock.adobe.com

El seguimiento del fútbol a través de los medios de comunicación social: repercusiones sobre el funcionamiento moral y la agresividad de los espectadores

Alejandro Carriedo Cayón*

Facultad de Formación del Profesorado y Educación. Departamento de Ciencias de la Educación. Universidad de Oviedo (España)

Dirección

José Antonio Cecchini Estrada
Carmen González González de Mesa
Universidad de Oviedo (España)

Fecha de lectura: 12 de febrero de 2016

Resumen

Con la irrupción de los medios de comunicación, el fútbol se transformó rápidamente en un espectáculo de masas, conviviendo desde entonces con algunas de las manifestaciones más violentas de la historia del deporte moderno. Se ha debatido que estas conductas podrían estar relacionadas con el propio espectáculo deportivo y su tratamiento en los medios de comunicación social. En esta tesis doctoral se ha analizado por primera vez, en los espectadores de fútbol, el impacto de los medios de comunicación sobre las metapercepciones de orientación de meta, el funcionamiento moral y la agresividad.

El trabajo se divide en dos partes. En la primera, siete capítulos conforman el marco teórico. La segunda parte contiene la metodología, el análisis de los resultados y las conclusiones de cuatro estudios empíricos. Los participantes, estudiantes universitarios de dos países diferentes, completaron distintos cuestionarios con los que se evaluó el tiempo dedicado a consumir programación deportiva sobre fútbol en los medios de comunicación, las metapercepciones de orientación de meta, el funcionamiento moral y la agresividad. En el estudio 1 se adaptaron y se validaron dos instrumentos para medir estas cuestiones en espectadores de fútbol. En el estudio 2 se comprobó el papel mediador de la metapercepción de orientación de meta al ego entre el consumo de programación futbolística y el bajo funcionamiento moral de los espectadores. En el estudio 3 se observó que la visualización de partidos tenía un efecto negativo sobre la agresividad y el funcionamiento moral, especialmente entre los hombres. Finalmente, en el estudio 4, los participantes que estuvieron expuestos durante cinco minutos a escenas de agresiones y conductas violentas retrasmitedas en programas deportivos tuvieron mayores niveles de agresión verbal, agresión física e ira que los sujetos que no fueron expuestos a dichos estímulos.

Palabras clave: deporte espectáculo, educación, medios de comunicación.