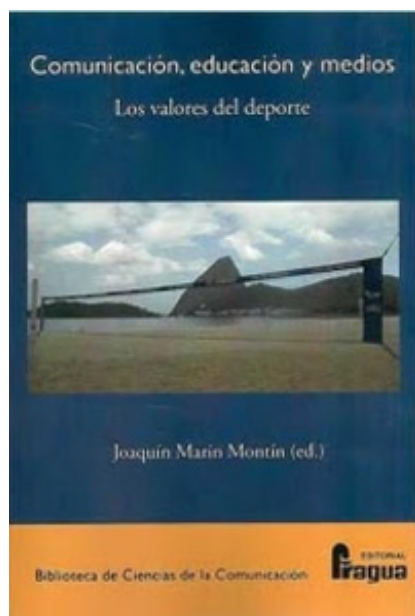


En el número 25 de **Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación**, les ofrecemos las siguientes reseñas:

1. [Horizontes educativos del deporte en los medios](#)
2. [Los diarios gratuitos en España. Desarrollo y características formales y de contenido frente a la prensa de pago](#)
3. [Una revista, una época: conocer la Transición andaluza](#)
4. [La columna periodística. Presencia viva en la prensa hispano-peruana y anglosajona](#)
5. [Medios de comunicación y cambio climático](#)
6. [Prensa y transición política en México](#)
7. [Presente y futuro en el periodismo especializado](#)
8. [Psicología social práctica para periodistas futuros o en activo](#)
9. [Reportaje y documental: de géneros televisivos a cibergéneros](#)

HORIZONTES EDUCATIVOS DEL DEPORTE EN LOS MEDIOS

Marín Montín, Joaquín (ed.): *Comunicación, educación y medios. Los valores del deporte*. Madrid: Fragua, 2013, 125 pp.



El deporte ha estado históricamente vinculado con la evolución y el progreso que ha experimentado el hombre desde múltiples dimensiones: lúdica, económica, cultural, educativa, etc. Con su llegada a los medios de masas la actividad deportiva comienza a potenciar su capacidad de impacto alimentando el imaginario colectivo. Este proceso se reproduce vertiginosamente durante el siglo XX a medida que los avances tecnológicos permiten que los medios se afiancen como actores trascendentales en el devenir de las sociedades. De forma paralela, el deporte se convierte en un proveedor de contenidos y de audiencias de elevado interés estratégico para la prensa, la radio, la televisión, el cine y recientemente, Internet.

A pesar de ello existe un amplio déficit de investigaciones sobre comunicación deportiva dentro de la comunidad científica y académica. Esta nueva obra coordinada por Joaquín Marín continúa su planteamiento expuesto en investigaciones anteriores, y combina mediante la reflexión crítica el ámbito científico del deporte con el de la Comunicación. La convergencia de la actividad deportiva en los medios se entiende en este

último trabajo como un importante instrumento educativo que favorece el desarrollo humano y ético de los individuos.

A través de los siete capítulos que integran la obra realizados por docentes e investigadores de la Universidad de Sevilla, se lleva a cabo un análisis poliédrico de la representación mediática de los valores del deporte. Con este fin se utiliza como objeto de estudio diferentes manifestaciones y elementos de significación: el videoclip musical, el cómic, el documental, el cine y la fotografía.

En el primer capítulo, Virginia Guarinos analiza el potencial del videoclip musical con presencia de contenidos deportivos como elemento representativo de valores y contravalores. El deporte en este tipo de producto audiovisual no se integra generalmente en historias con entidad propia, lo que disminuye su repercusión educativa entre los espectadores. A esto se añade la existencia de un amplio número de contravalores que se alejan del discurso referido a las bondades deportivas, como el sexismo o la violencia.

Francisco Javier López estudia en el segundo capítulo los valores educativos del deporte en la cultura popular japonesa, la cual ha experimentado un relevante proceso de internacionalización en las dos últimas décadas. El autor expone a modo de introducción algunos de los aspectos más característicos del deporte en esta sociedad, para finalmente analizar las adaptaciones cinematográficas de los cómics japoneses de temática deportiva. La apariencia y capacidad física de los deportistas, la caracterización psicológica de los protagonistas, la relación con compañeros y rivales o el respeto a las normas, son las variables que estructuran el estudio. Uno de los principales valores observados es la trascendencia con la que se dota a la disciplina, la constancia y la deportividad, al tiempo que la desigualdad de género se hace patente con respecto al predominio de los personajes masculinos.

En el tercer capítulo, Sergio Cobo se centra en el cine de no-ficción para estudiar las conexiones existentes entre las estructuras narrativas y la transmisión de valores en el deporte. Con este objetivo analiza la película *Les arbitres* (2009), entendida como una reflexión ética y moral sobre el trabajo del colectivo arbitral en los encuentros de fútbol. El enfoque y desarrollo del film trasciende una clara intencionalidad narrativa al tratar de demostrar la humanidad de los árbitros, pese a los aspectos perturbadores con los que se asocia su figura en el entorno social y mediático. La película construye un mensaje retórico a través del cual se explica los condicionantes que dificultan el trabajo de este colectivo, y que hacen que puedan cometer errores como el resto de protagonistas que participan en un acontecimiento deportivo.

Continuando con el cine, Antonio Checa analiza en el capítulo cuarto una de las figuras que ha acaparado más protagonismo en los recientes filmes sobre deporte: el entrenador. Para ello hace referencia a más de cincuenta películas de diferentes nacionalidades. El estudio muestra la amplia variedad de identidades que puede adoptar este tipo de personaje en función de la personalidad desarrollada, la relación que mantenga con el resto de protagonistas del film o la relevancia que adquiera en el transcurso de la historia. Salvo excepciones, el modelo del entrenador deportivo en el cine se proyecta como la del profesor-maestro que ayuda a estimular y mejorar las virtudes de los deportistas, destacando su lado más humano aunque a veces pueda llegar a ser un tipo duro.

En el quinto capítulo, Trinidad Núñez e Inmaculada Gordillo mantienen el ámbito cinematográfico como soporte e introducen un nuevo objeto de estudio: el género. El deporte ha estado tradicionalmente vinculado con universos de acción masculinos, lo que ha favorecido la consolidación de una serie de estereotipos y prejuicios que han segregado la presencia de la figura de la mujer. En este contexto, el objetivo de ambas autoras es reflexionar sobre los valores de género a través del cine, entendiendo este último como una estrategia didáctica que puede ayudar a renegociar los conceptos de masculinidad y feminidad asociados al deporte. Las tres películas que se toman como referencia son *Quiero ser como Beckham* (2002), *Ella es el chico* (2006) y *Offside* (2006). Estos filmes denuncian la discriminación que sufre la mujer en el mundo del fútbol mediante diferentes enfoques en función del tipo de barrera que encuentran los personajes femeninos (personal, cultural o social), y de su vinculación con la actividad deportiva (práctica o seguimiento).

En el capítulo sexto, María del Mar Ramírez realiza una revisión analítica y cualitativa del origen de la fotografía a partir de las numerosas conexiones que mantuvo con el deporte. Para ello expone algunos de los acontecimientos que desde el punto de vista histórico y tecnológico favorecieron el registro de las imágenes, así como la posterior representación de la descomposición del movimiento. De hecho, la práctica del deporte fue uno de los temas más recurrentes en las primeras imágenes cinematográficas. A su vez, la presencia de la actividad deportiva en estos sistemas de captura y registro fomentó la popularidad y repercusión del deporte en las sociedades más avanzadas a partir del siglo XIX.

En el último capítulo, Joaquín Marín reflexiona sobre la proyección del dopaje en la ficción cinematográfica. A

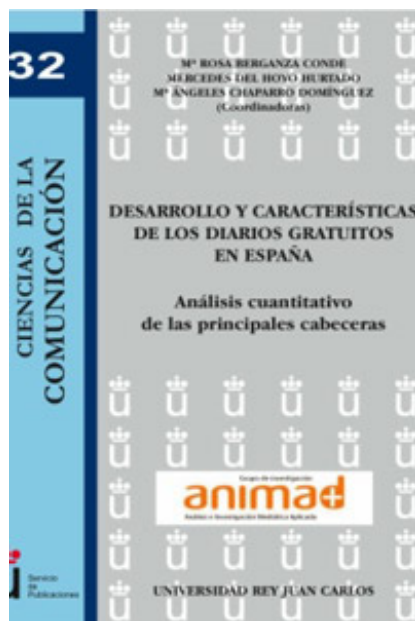
diferencia de lo que ocurre con los valores positivos, los contravalores del deporte son investigados con escasa frecuencia dentro del ámbito académico. En la actualidad el *doping* es una de las grandes lacras en la práctica deportiva de alta competición, debido en parte a las asfixiantes exigencias económicas que la rodean. A modo de introducción, el autor define los conceptos básicos relacionados con el dopaje y expone algunos de los casos de deportistas dopados que más repercusión mediática han tenido en las últimas décadas. A continuación, el capítulo se centra en el análisis de tres films sobre deporte que representan distintas actitudes frente al dopaje. La capacidad de influencia que ejerce el cine en la sociedad debe ser utilizada para concienciar al público de que en la actividad deportiva no todo vale para la consecución de buenos resultados, denunciando a su vez los peligros para la salud humana que trae consigo este tipo de vicios.

A modo de conclusión, la obra *Comunicación, educación y medios. Los valores del deporte* se erige como una propuesta de alta validez didáctica, que incentiva a seguir investigando la representación de los valores del deporte en los medios de comunicación. El rigor metodológico aplicado a cada capítulo, la contextualización y estructuración de los diferentes contenidos y la variedad de perspectivas seleccionadas, son los principales ejes que sostienen el desarrollo de esta publicación. [[subir](#)]

Hilario José Romero Bejarano
Universidad de Sevilla

LOS DIARIOS GRATUITOS EN ESPAÑA. DESARROLLO Y CARACTERÍSTICAS FORMALES Y DE CONTENIDO FRENTE A LA PRENSA DE PAGO

M^a Rosa BERGANZA CONDE, Mercedes DEL HOYO HURTADO y M^a Ángeles CHAPARRO DOMÍNGUEZ (coords). *Los diarios gratuitos en España. Desarrollo y características formales y de contenido frente a la prensa de pago*. Editorial Dykinson, Madrid, 2011, 229 pp.



El fenómeno de la prensa gratuita y sus peculiaridades respecto al modelo informativo de los diarios de pago adquiere un indudable interés para todos los actores implicados en la industria de la comunicación. Empresas informativas, profesionales del periodismo y audiencias han asistido a la rápida proliferación de este tipo de publicaciones, que se inicia en Suecia en 1995 y se desarrolla en España a partir del año 2000. En lo que respecta a la industria, los diarios generalistas vieron disminuir sus ventas al tiempo que la nueva modalidad de prensa gratuita atraía el interés de grupos sociales como la juventud, las mujeres y la población inmigrante. Por su parte, la profesión periodística tuvo que adaptarse a nuevos formatos y diseños y distintas fórmulas de redacción e interacción con los lectores; mientras que el público se topó con una nueva forma de satisfacer sus necesidades informativas y de entretenimiento sin ningún coste. Dadas sus repercusiones, resulta imprescindible que el ámbito de la investigación científica aborde el fenómeno de la prensa gratuita, con el fin de sistematizar su modelo informativo y las funciones que desempeña; establecer el perfil de sus lectores/as habituales y determinar su potencial sociopolítico y sus nuevas formas de interactividad.

Estos objetivos son abordados con profundidad y rigor en la publicación coordinada por Berganza, Del Hoyo y Chaparro, donde se difunden los resultados del proyecto de investigación *El modelo actual de diarios gratuitos en España: desarrollo, contenido, usos y gratificaciones percibidos por la audiencia*, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (SEJ2007-66380/SOC1) y concedido al grupo de investigación ANIMA+D (Análisis e Investigación Mediática Avanzada) de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, dirigido por la profesora Berganza. Dado su planteamiento integral, la obra está concebida en dos partes: en la primera se desarrollan planteamientos teóricos en torno a los diarios gratuitos y la crisis de la prensa; y en la segunda se presentan los resultados del análisis de contenido cuantitativo realizado en el mencionado proyecto de investigación, en el que se sometieron a estudio las principales cabeceras de pago (*El País* y *El Mundo*) y gratuitas (*20 minutos*, *ADN* y