

LA VISIÓN INTEGRADORA DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DEL DEPORTE



La visión integradora de la investigación en Ciencias del Deporte

Organiza

Grupo de Investigación BIOFANEX (Biological and Functional Analysis of Exercise, CTS-972)

Colabora

Vicerrectorado de Investigación. Universidad de Sevilla

Departamento de Educación Física y Deporte. Universidad de Sevilla

Edita

Grupo de Investigación BIOFANEX.
Borja Sañudo Corrales
Jesús del Pozo-Cruz
Luis Carrasco Páez

Facultad de Ciencias de la Educación
C/ Pirotécnica s/n
41013. Sevilla

ISBN: 978-84-608-3594-3



La visión integradora de la investigación en Ciencias del Deporte

A) Influencia de la actividad física en personas mayores.	4
(Dr. Jesús del Pozo-Cruz)	
B) Estado actual de la investigación en ciencias del deporte en Sevilla.....	14
Educación Física: Salud y Deporte: HUM507	
(Dra. Carolina Castañeda)	
Deporte y Sociedad (HUM972)	
(Dr. Gonzalo Ramírez)	
Comportamiento Humano: HUM-140	
(Dr. Eugenio Pérez)	
Análisis Biológico y Funcional del ejercicio Físico: CTS-972	
(Dr. Borja Sañudo)	
C) Investigaciones en Psicología del Deporte en la US.	19
(Dr. Omar Estrada)	
D) Homosexualidad y deporte, ¿un matrimonio mal avenido?.....	26
(Dr. Joaquín Piedra)	
E) Modelos de práctica de actividad física. ¿Están cambiando nuestros hábitos?	34
(Dra. Carolina Castañeda)	
F) La investigación en comunicación y deporte, una visión multidisciplinar.....	50
(Dr. Joaquín Marín Montfín)	

E) La investigación en comunicación y deporte, una visión multidisciplinar

Joaquín Marín Montán

Profesor Contratado Doctor de la Universidad de Sevilla. Adscrito al departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Miembro del Grupo de Investigación en Comunicación, Arte y Videojuegos TIC 237.

*«Lo mejor del deporte es el deporte y lo peor lo que le rodea»
(Antonio Alcoba, 2006)*

1. Introducción

La actividad deportiva constituye una de las actividades humanas más características de nuestro tiempo, especialmente por sus implicaciones en diferentes sectores de la sociedad. El deporte constituye uno de los fenómenos sociales y culturales más importantes del nuevo milenio, tanto en su vertiente de espectáculo de masas como de práctica libre y voluntaria del ciudadano. De ahí que el sentido actual del deporte alcance múltiples dimensiones comunicativas. La relación entre el deporte y la comunicación se ha convertido en una especie de dependencia mutua donde ambas partes requieren de la otra en un porcentaje muy alto para poder sobrevivir.

El deporte suministra contenidos, emociones y esfuerzo, condiciones necesarias para captar a una gran cantidad de atención. Por su parte, los medios de comunicación, especialmente la televisión, dan forma, amplifican y universalizan lo que sucede en los escenarios deportivos. Entre ambos se genera una especie de retroalimentación y universalización que exalta la práctica deportiva profesional a unos niveles desconocidos hace unas décadas. De esta forma, el deporte como elemento mediático se erige como una de las principales formas de entretenimiento de la sociedad actual, a partir de la cual se obtienen unas fuentes de ingresos de las que se benefician, tanto las propias empresas de comunicación, como anunciantes y patrocinadores, y organizaciones deportivas. Paralelamente en los últimos años, la digitalización mediática ha alterado los hábitos en el seguimiento del deporte diversificándose a través de nuevas herramientas como ordenadores portátiles, tabletas o teléfonos móviles inteligentes.

La presencia creciente del deporte en los medios de comunicación social requiere un análisis científico que ayude a comprender un fenómeno cada vez más complejo y en continuo proceso de cambio. Pese a la enorme trascendencia que actualmente tiene el deporte, la investigación específica sobre el estudio de las relaciones entre los medios de comunicación y el deporte está aún poco desarrollada.

2. Deporte y comunicación como objeto de estudio. Pioneros y evolución

A nivel internacional, la investigación y producción bibliográfica ha ido creciendo gradualmente a lo largo de las últimas décadas a partir de un contexto multidisciplinar. Una de las disciplinas que más contribuyó para este tipo de estudios fue la sociología. En 2006, se publicó la obra *Sociologie du sport*:

Perspectives internationales et mondialisation coordinada por Fabien Ohl en la que doce destacados sociólogos presentan un análisis general del fenómeno deportivo. Entre ellos, el profesor australiano David Rowe se centra en el eje mass media-deporte y en el capítulo Sports et Médias señalando que el estudio específico de las relaciones entre los medios y el deporte es relativamente nuevo, a pesar de que la conexión mutua de estas dos manifestaciones ya aparece en el siglo XVII con un primer periódico publicado regularmente sobre deporte (Rowe, 2006: 65). Para el profesor australiano, los estudios sobre deporte y mass media emergerán del campo de investigación interdisciplinar de los Estudios Culturales, ganando forma desde el Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) de la Universidad de Birmingham. Así, los Estudios Culturales vieron en los temas de la cultura popular y de la vida cotidiana nuevos espacios de análisis, haciendo desmoronar planteamientos puritanos y conservadores.

Los primeros análisis sobre el fenómeno de los medios de comunicación y el deporte comenzaron a producirse en la década de 1970 en el ámbito de las disciplinas y departamentos ingleses ligados a las ciencias sociales. Entre los pioneros estaban dos destacados nombres de la sociología, Eric Dunning y Nobert Elias cuya extensa bibliografía sobre deporte, aproximándose a los medios, comenzó en este periodo con la publicación de *The Sociology of Sport* (1971). Fuera del ámbito académico, una de las primeras obras en alcanzar visibilidad fue *Football on Television* (Buscombe, 1975), que reunía un conjunto de visiones históricas y sociológicas sobre la mediatización del fútbol en la televisión británica publicado por el British Film Institute. Fue precisamente en Inglaterra y Estados Unidos donde se publicarían algunos de los trabajos precursores en este incipiente campo de investigación. Algunos de esos estudios abordarían análisis comparativos entre las realidades mediáticas y deportivas de los dos países, como sucedió en la obra *Television and National Sport; The United States and Britain* (Chandler, 1988).

En América del Norte, uno de los primeros artículos sobre esta temática fue publicado en 1929 en la revista *American Mercury* con el título *The sports section*, en la que H.W. Nugent lleva a cabo una retrospectiva histórica de la evolución de la prensa deportiva norteamericana. Fue uno de los primeros pasos en un camino que se alargaría gradualmente a partir de la década de 1970 hasta la actualidad. Todo este largo trayecto culminaría recientemente con la publicación de dos obras de carácter colectivo: *Handbook of Sports and Media* (Raney & Bryant, 2006) obra realizada por más de 50 investigadores, en su mayoría norteamericanos, donde a lo largo de 650 páginas analizan en profundidad 34 perspectivas diferentes sobre medios y deporte; El otro título es *The Routledge Handbook of Sport Communication* (Pedersen, 2013) amplio manual elaborado por más de 70 especialistas, adscritos especialmente a universidades estadounidenses, que analizan en profundidad la comunicación deportiva como nueva disciplina académica contemporánea. La obra está estructurada en cinco bloques: aspectos teóricos y conceptuales; medios tradicionales; nuevos medios emergentes; aspectos sociológicos; gestión de la comunicación deportiva.

En Inglaterra, una de las obras clave en el desarrollo de los estudios anglosajones sobre la mediatización de los deportes fue *Fields in Vision. Televisión*

Sport and Cultural Transformation (1992) monografía elaborado por el profesor Garry Whannel. El autor británico presenta reflexiones profundas y de marcado carácter crítico sobre las representaciones mediáticas deportivas, teniendo la televisión como objeto de estudio. Whannel considera que el desarrollo del deporte televisado está en relación a su transformación económica con consecuencias en la cultura: "Television has transformed the nature of the lived experience of sporting cultures" (Whannel, 1992: 205). Seis años más tarde, en 1998 se publica MediaSport, obra que se convertiría en indispensable para el estudio de los elementos esenciales de la mediatización deportiva. Wenner explica en la introducción que "este libro explora el éxito del deporte como medio de comunicación, único en su género en la medida en que consigue interactuar con la esfera pública de una forma mucho más amplia. Fue esta fusión de la cultura del deporte y la comunicación la que produjo un nuevo complejo tecnológico llamado Mediasport" (1998: 13). En este libro, Kinkema y Harris (1998: 27) definen tres dominios principales sobre los cuales se asientan los trabajos sobre medios y deporte: la producción de textos sobre los deportes mediatizados; los mensajes y los contenidos de textos deportivos; la recepción y las interacciones entre los textos y el público.

Sobre este eje anglo-americano (junto a contribuciones de australianos y canadienses) a partir de la década de 1990 comienza a aumentar esta línea de investigación y, en consecuencia, la producción bibliográfica sobre Media y deporte (Rowe, 2006: 71). A partir de entonces, se convierte en una temática emergente, diversificando así su campo de acción y de enfoques de análisis alrededor de nuevas disciplinas. Como resultado comienzan a tratarse nuevos enfoques de investigación: la cuestión del género en el periodismo deportivo; la percepción de los Juegos Olímpicos en diferentes campos sociales; el papel del deporte en la construcción y las representaciones de identidades desfavorecidas; el papel cultural de las celebridades mediáticas del deporte (Rowe, 2006: 72). Como consecuencia de esta diversidad surgirán, en la década de 1990 e inicio del siglo XXI, una serie de nuevos trabajos que enriquecen y consolidan el campo de estudio sobre los medios de comunicación y el deporte.

Una de las últimas contribuciones bibliográficas a destacar es Digital Media Sport (2013). Se trata de una obra colectiva coordinada por los profesores Brett Hutchins y David Rowe, que analiza las cuestiones de intersección del cambio tecnológico, el poder del mercado y las prácticas culturales que configuran el tratamiento mediático contemporáneo del deporte actual. La complejidad de los temas tratados requiere, al igual que las referencias señaladas anteriormente, un enfoque interdisciplinario a través de una serie de textos elaborados por destacados académicos internacionales del ámbito anglosajón, que trabajan en estudios sobre Medios, Internet, Sociología, Estudios Culturales y Estudios Deportivos.

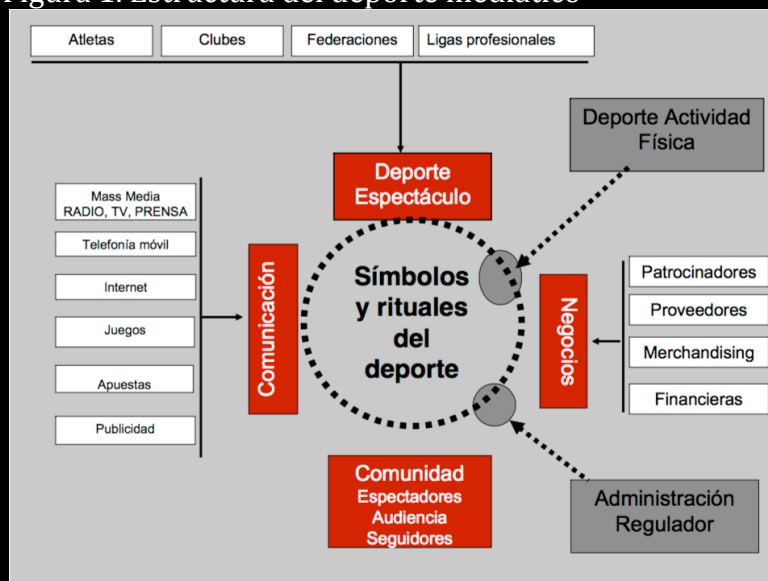
3. Panorama genérico en el contexto español

En España, la investigación específica sobre comunicación y deporte aún es escasa. Sin embargo una de las primeras reflexiones sobre el deporte y los medios de comunicación se remonta a 1955, cuando Fernández Cuesta realizó, en el Club de Prensa de Madrid, la conferencia “El deporte en la prensa” (Esteve Ramírez y Fernández Moral, 1999: 20). En las décadas siguientes aparecerán artículos en revistas especializadas así como presentación de diversas investigaciones académicas que abordaban el deporte y los medios de comunicación. En las décadas de 1980 y 1990, Antonio Alcoba sería uno de los investigadores pioneros destacados en este campo, publicando diversas obras sobre dicha temática. Además, Alcoba cuenta con una larga trayectoria profesional en diferentes medios de comunicación antes de convertirse en docente de la Universidad Complutense de Madrid donde desempeñó un papel clave en la creación de la asignatura de Periodismo deportivo en la universidad así como de los cursos de especialización “Deporte y Comunicación”, que cuenta con 22 ediciones.

Los trabajos de Alcoba se han convertido en la base general de investigación sobre esta temática en España. Entre ellas, *Deporte y comunicación* (1987) constituye una de las primeras referencias que analizan globalmente la importancia comunicativa del deporte. Y más recientemente *Periodismo deportivo* (2005) que incide en la necesidad de especialización del profesional que se dedique a la comunicación del deporte incluyendo por ejemplo a la televisión, “la importancia de la retransmisión no la tiene el periodista sino el realizador, que es quien decide las imágenes que aparecerán” (Alcoba, 2015: 173).

Por otro lado, en 1989 surge el Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona por el profesor Miguel de Moragas. Uno de los objetivos de esta institución académica fue convertirse en observatorio y estudio sobre las relaciones entre los mass media y los Juegos Olímpicos de Barcelona, para posteriormente convertirse en una de las principales referencias en la producción investigadora sobre comunicación y deporte en España, coordinando visiones multidisciplinares y epistemológicas, desde una perspectiva con un marcado carácter sociológico. En este sentido, resultan especialmente esclarecedoras consultar las reflexiones de Miguel de Moragas en lo que él denomina “las sinergias crecientes” (1994) entre los medios de comunicación y el deporte y posteriormente como estructura del deporte mediático (v. Figura 1). Una de sus publicaciones a resaltar del Centro de Estudios Olímpicos es el volumen colectivo *Esport i mitjians de comunicació a Catalunya* (1996) que analiza la interrelación entre la actividad deportiva con el sistema mediático que incluye a la prensa, la radio, la televisión y la publicidad.

Figura 1. Estructura del deporte mediático



Fuente: Miquel de Moragas (2007)

De igual modo, a finales de siglo XX, van apareciendo nuevos estudios, por primera vez centrados en aspectos específicos de los medios en relación con el deporte. Entre ellos hay que destacar referentes a la televisión deportiva. Por un lado, el trabajo *Las retransmisiones deportivas televisivas como género periodístico espectacular y dramático* (1999) de Josep M^a Blanco, donde se analizan las influencias de la tecnología en la percepción de las retransmisiones deportivas. Y por otro, *El ciclismo en directo en televisión en la era Indurain: producción y realización* (2000) de Xaime Fandiño, centrada en el ciclismo desde la perspectiva de la producción televisiva. A través del mismo se observa la importancia de la televisión como punto cardinal en torno al cual gira la competición ciclista.

Durante la primera década del siglo XXI, irán apareciendo nuevas propuestas centradas en otros aspectos del deporte en relación a los medios. Así en 2003, el profesor Paniagua publica *Información Deportiva*, centrado en el análisis de las dinámicas de construcción de la noticia deportiva así como la relación entre Internet y el periodismo deportivo. Y en 2005, el periodista Luis Malvar llevó a cabo una historia del periodismo radiofónico deportivo español en el libro *La radio deportiva en España (1927-2004)*.

4. Aportaciones al estudio de la comunicación y el deporte desde la Universidad de Sevilla

Uno de los instrumentos que ha permitido impulsar la investigación sobre esta temática ha sido la organización de cursos específicos. Y así, desde 2002 se han venido celebrando en la Facultad de Comunicación las Jornadas sobre Comunicación y Deporte, una actividad académica que a lo largo de sus ocho ediciones celebradas hasta el momento ha pretendido responder a los siguientes objetivos:

- 1) Reflexionar de forma crítica sobre el tratamiento actual del deporte por parte de diferentes medios de comunicación.

- 2) Intercambiar experiencias con distintos profesionales de los medios (periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas) que desenvuelven trabajos en materia deportiva.
- 3) Promover una línea específica de investigación sobre comunicación y deporte desde la Universidad de Sevilla.
- 4) Impulsar estudios académicos alrededor del fenómeno deportivo desde diferentes perspectivas científicas en relación con la comunicación.
- 5) Además, se trata de una serie de encuentros que ha contado con la participación de diferentes docentes e investigadores de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, así como representantes del deporte de alto nivel.

Como resultado de las jornadas referidas, a lo largo de estos años surgieron cuatro publicaciones colectivas en forma de libro, en la que se recogen algunas de las contribuciones de los ponentes. Cada uno de los ensayos fueron realizados por diferentes investigadores en las áreas de la Comunicación y de la Educación Física: Comunicación y Deporte. Nuevas perspectivas de análisis (2005), es la primera de las obras que busca profundizar sobre el hecho deportivo no sólo desde los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio y televisión) sino también desde los nuevos medios (videojuegos, Internet). Por otro lado, Imagen, Comunicación y Deporte: una aproximación teórica (2009) continúa abordando nuevas temáticas alrededor de la comunicación deportiva en el que tratan asuntos como la violencia, el sensacionalismo o el protocolo deportivo. La tercera de las publicaciones colectivas, Deporte, comunicación y cultura (2012) presenta un conjunto de trabajos elaborados por autores procedentes de Brasil, Portugal y España en los que se examinan nuevos fenómenos que rodean a la actividad deportiva. Dicha publicación está estructurada en dos grandes bloques: 1) “Deporte, medios y comunicación” que analiza el hecho deportivo desde una fundamentación mediática; y 2) “Deporte, ocio y cultura” que se orienta hacia otros elementos del ocio y la cultura (cine, los juegos de rol, videojuegos). La última de las publicaciones, Comunicación, educación y medios. Los valores del deporte (2013) pretende descubrir nuevos elementos de significación del deporte en relación a las imágenes como instrumento educativo. Así un grupo de investigadores del ámbito de la comunicación analizan como desde el videoclip musical, el cómic, el documental, el cine y la fotografía han plasmado los valores educativos del deporte desde distintas miradas, a la vez que se plantean una serie de reflexiones y orientaciones didácticas en torno a estas dos realidades.

De igual modo, la participación en congresos, en su mayoría de carácter internacional, vinculados a secciones y grupos específicos de trabajo sobre esta línea de investigación, ha permitido abordar otras investigaciones, que han sido posteriormente reflejadas en forma de publicación (artículo científico o capítulo de libro). A continuación se van a hacer una referencia algunas de ellas.

En la revista Comunicar se han aportado los artículos “Valores educativos del deporte en el cine” (2004) y “Educar en el deporte a través de la TV” (2008). La primera de las contribuciones, presenta un análisis sobre el deporte en el cine e incide en sus valores educativos. Así, a lo largo de la historia, el cine como medio de comunicación social ha sido testimonio de la transformación del deporte. Como

resultado didáctico la función documental del cine ha sido igualmente clave para entender la evolución de la práctica deportiva aunque sin olvidar aquellas obras argumentales que ha tomado de referencia fenómenos generados en torno al deporte. En cuanto al segundo trabajo, se analiza como la televisión ha influido decisivamente en la configuración del deporte actual convirtiéndose en muchos casos en su principal fuente de ingresos. De esta manera diferentes disciplinas deportivas han ido transformándose para poder adaptarse a su captación audiovisual.

Por otro lado, en la revista *Comunicación* se publicó el trabajo “Valores mediáticos del deportista profesional en la publicidad: Análisis comparativo entre Rafa Nadal y Gemma Mengual” (2010), en el que se investiga como los valores encarnados por el deporte han sido utilizados estratégicamente por distintas marcas para persuadir el consumo de distintos productos. De esta forma, se analiza como el tenista Nadal y la nadadora Mengual han llegado a convertirse en iconos sociales dentro y fuera de su ámbito deportivo gracias a la publicidad.

Más recientemente, se ha publicado los resultados de otra investigación en forma de capítulo de libro: “El documental deportivo. Una aproximación a la obra de Bud Greenspan” (2014). El objetivo principal de este trabajo fue analizar el documental deportivo examinando la obra de uno de sus máximos representantes. Además, el estudio trata de reconocer como el documental deportivo ofrece elementos suficientes para ser considerado un subgénero específico. De igual forma se mencionan qué rasgos propios aporta el sello de Greenspan al tratamiento audiovisual de los contenidos deportivos a partir de la estructura narrativa de sus obras más representativas.

En el ámbito del estudio sobre videojuegos, hay que resaltar otro estudio en forma de artículo publicado para la revista *Lifeplay*: “Videojuegos y Televisión. Influencias en el tratamiento audiovisual de contenidos deportivos” (2014). Este trabajo forma parte de una investigación más amplia que analiza las influencias mutuas entre videojuegos y televisión en el diseño audiovisual de contenidos deportivos. El estudio presentado se ha basado en un análisis comparativo entre la retransmisión televisiva y el videojuego oficial de tres modalidades deportivas (v. Tabla 1). Los resultados del mismo han permitido determinar no sólo el nivel de dependencia alcanzado en la actualidad entre la televisión y los videojuegos sino a la vez vislumbrar nuevas sinergias entre ambos lenguajes en la construcción audiovisual de los mensajes deportivos.

Tabla 1. Datos generales de la muestra

Nombre	Año	Plataforma	Modo	Género	Tipo	Deporte
<i>Pro Cycling Manager</i>	2013	PC	Individual / Multijugador	Deportes	Gestión Simulador	Ciclismo
<i>Moto GP 13</i>	2013	PC	Individual / Multijugador	Deportes	Acción Conducción	Motociclismo
<i>FIFA 14</i>	2014	PC	Individual / Multijugador	Deportes	Acción Habilidad	Fútbol

Fuente: elaboración propia

Y para finalizar esta selección de trabajos, vamos a hacer referencia a otro estudio que forma parte de un proyecto internacional con el con el grupo Análise dos Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais (Universidad Feevale de Brasil). Se trata de “Análise comparativa entre os jornais El País e Folha de São Paulo na final da Copa das Confederações” (2014) artículo publicado en la revista Movimento. El objetivo de este trabajo fue identificar e interpretar de forma comparada la cobertura informativa de la final de la Copa Confederaciones establecida por dos de los diarios más representativos de España y Brasil. A partir de una serie de unidades de significado (resultado, economía, infraestructura, cuestiones políticas y sociales, y publicidad) se destacó como las manifestaciones populares marcaron un protagonismo junto con el resultado deportivo.

Por último, en el ámbito de la dirección de trabajos académicos, hay que destacar hasta el momento nuevas aportaciones. De un lado, la dirección de dos Trabajos de Fin de Master : “Carrera de obstáculos” (2011) y “Series de temática deportiva. Estudio comparativo entre Friday Night Lights y Pelotas” (2012). Y por otro lado, la dirección de la tesis doctoral “El magacín deportivo en la era digital: modelo de análisis narrativo de los géneros radiofónicos” (2014).

5. Punto y seguido

A pesar de la repercusión social que el deporte ha adquirido en la actualidad, la investigación y análisis en relación a los medios de comunicación está poco desarrollada. Entre de los principales obstáculos detectados se encuentran una falta de especialización adecuada y un cierto oportunismo que suele generar este tipo de temas.

Y es que el impacto creciente que el deporte ha alcanzado en la sociedad ha dado lugar a un inusitado interés por la profesión de periodista deportivo. En algunos casos, esta tendencia responde más bien a una moda o fuerte apego hacia únicamente el fútbol y su identificación con un equipo determinado. A pesar de esta circunstancia, la universidad aún no ha logrado responder de forma adecuada a la formación especializada. Así por ejemplo, la oferta de posgrado que el ámbito académico ofrece al demandante en estos momentos es de escasa calidad. Al mimetismo de los contenidos hay que unir una escasez de docentes especialistas en la materia. De igual modo, el perfil requerido para atender a estos cursos es tan amplio y pluridisciplinar que no garantiza una especialización adecuada.

A partir de los contenidos expuestos en este texto, se pretende incidir en la necesidad de combinar la visión científica de la Actividad Física y el deporte con la de la Comunicación permitiendo impulsar el mutuo desarrollo entre ambas actividades desde sus diversas áreas.

6. Bibliografía

- ALCOBA, A. (1987): Deporte y comunicación. Madrid, Dirección General de Deportes de la Comunidad de Madrid. (2005): Periodismo deportivo, Madrid: Síntesis.
- BLANCO, J.M. (1999): Las retransmisiones deportivas televisivas como género periodístico espectacular y dramático. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.
- BUSCOMBE, E. (ed.) (1975): Football on Television. London. British Film Institute.
- CHANDLER, J.M. (1988): Television and National Sport; The United States and Britain. Urbana: University of Illinois Press.
- FANDIÑO, X. (2000): El ciclismo en directo en televisión en la era Indurain: reducción y realización. Madrid, UCM.
- DUNNING, E. (ed.) (1971): The Sociology of Sport. London: Frank Cass.
- HUTCHINS, B. y ROWE, D. (2013): Digital Media Sport. London. Routledge.
- MALVAR, L. (2005): La radio deportiva en España (1997-2004). Madrid: Pearson.
- MARÍN, Joaquín (Coord)
- (2005): Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
 - (2009): Imagen, Comunicación y Deporte. Una aproximación teórica, Madrid: Vision Libros. (2012): Deporte, comunicación y cultura. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
 - (ed.) (2013): Comunicación, educación y medios. Los valores del deporte. Madrid. Fragua.
 - (2004): "Valores educativos del deporte en el cine", en Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, no. 23, pp.109-113.
 - (2008): "Educar en el deporte a través de la TV" en Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, Vol. XVI. Núm. 31, pp.517-52.
 - (2014) "Videojuegos y Televisión. Influencias en el tratamiento audiovisual de contenidos deportivos" en Lifeplay ifeplay. Revista Académica Internacional sobre Videojuegos. 2014. Vol. Nº 3. Núm. Sept. 2014. pp. 35-55.
 - (2014) "El documental deportivo. Una aproximación a la obra de Bud Greenspan" pp. 198-208. En: Nuevas miradas al documental. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
 - (2010) "Valores Mediáticos del Deportista Profesional en la Publicidad: Análisis Comparativo Entre Rafa Nadal y Gemma Mengual". En: Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales.
- MORAGAS, M. (1994): "Deportes y medios de comunicación. Sinergias crecientes". Revista Telos, Julio-Agosto 1994. Pág. 38.
- (2007): "Comunicación y deporte en la era digital. Sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas. Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos UAB.
- OHL, F. (ed.) (2006): Sociologie du sport: perspectives internationales et mondialisation. Paris: Presses Universitaires de France.
- PANIAGUA, P. (2003): Información deportiva. Madrid, Fragua.
- PEDERSEN, P. (ed.) (2013): The Routledge Handbook of Sport Communication. New York: Routledge.
- RANEY, A. y BRYANT, J. (eds.) (2006): Handbook of Sports and Media. USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- ROWE, D. (2006): "Sport et médias" En F. Ohl Sociologie du sport: perspectives internationales et mondialisation. (pp. 65-84) Paris: Presses Universitaires de France.

- VV. AA. (2014) : “Análise comparativa entre os jornais El País e Folha de São Paulo na final da Copa das Confederações”. En: Movimento (Porto Alegre. Impresso). Vol. 20. Núm. esp. Págs. 163-176.
- VVAA (1996): Esports i mitjians de comunicació a Catalunya. Barcelona, Generalitat de Catalunya.
- WENNER, L.A. (ed.) (1989): MediaSport. London. Routledge.
- WHANNEL, G. (1992): Fields in Vision. Televisión Sport and Cultural Transformation. New York: Routledge.