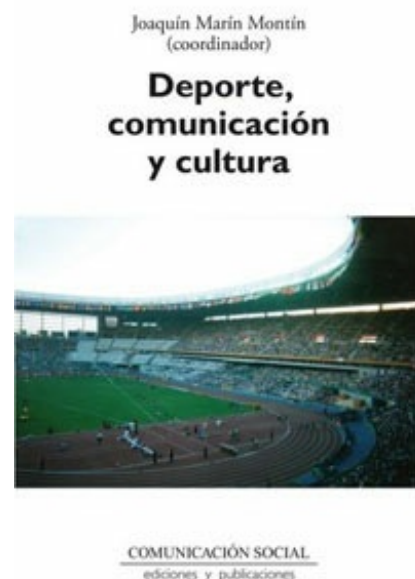


EL DEPORTE COMO PROYECCIÓN MEDIÁTICA DE CULTURA

Martín Montín, Joaquín (Coord.): *Deporte, comunicación y cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2012, 248 pp.

La proyección mediática del deporte y su poderosa dimensión comunicativa están ligadas históricamente a la transmisión de cultura. Los vestigios primitivos de la práctica deportiva se remontan a las primeras civilizaciones. No obstante, resulta innegable la notoriedad y repercusión que los medios de comunicación de masas han conferido al deporte. Tanto es así que en España, por ejemplo, no es posible desligar los contenidos futbolísticos del desarrollo de la radio. De igual modo, el periódico más leído es desde hace décadas un medio especializado deportivo, y en Internet los portales deportivos ocupan lugares muy destacados en los índices de visitas. También tenemos múltiples ejemplos del peso que posee el deporte para la televisión, su medio estrella. Sirva como muestra la compra de los derechos de transmisión del Mundial de Fútbol Alemania 2006 por el grupo Mediapro como potente gancho promocional para su entonces nueva apuesta televisiva: La Sexta. Estos ejemplos vienen a refrendar el planteamiento expuesto en la nueva obra coordinada por Joaquín Marín: la interrelación existente entre deporte, comunicación y cultura. Para analizar estos vínculos, la obra utiliza diferentes perspectivas, combinando así el ámbito científico del deporte con el de la Comunicación a través de la reflexión crítica.



Desde esta visión académica pluridisciplinar, el libro analiza la actividad deportiva desde los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), pero también desde otras manifestaciones culturales y de ocio, como el cine, los juegos de rol o los videojuegos. La obra es la compilación de once trabajos elaborados por periodistas deportivos, docentes e investigadores procedentes de Brasil, Portugal y España. Para mantener fiel el espíritu de cada estudio, los textos se presentan en su idioma original, ya sea español o portugués.

Estructurada en dos grandes bloques, la publicación dedica una primera parte a los trabajos que analizan el fenómeno deportivo desde la fundamentación científica mediática. Bajo el epígrafe “Deporte, medios y comunicación”, encontramos cinco trabajos que van desde la presentación de un panorama general sobre el estudio histórico del deporte y los medios (Francisco Pinheiro, Capítulo primero) hasta los estudios de caso más particulares, como la cobertura mediática de la participación de una gimnasta brasileña en los Juegos Olímpicos de Atenas (Capítulo quinto). En el capítulo segundo, los periodistas Eduardo Gil e Hilario Romero analizan la radio deportiva española más reciente. Denuncian la preeminencia de la espectacularidad y el sensacionalismo, y la carencia de contraste de las informaciones. Todo ello, provocado por la pertenencia de las emisoras de radio a grupos empresariales más preocupados por la rentabilidad que por la responsabilidad social del periodismo. También en el ámbito de la radio, la profesora brasileña Marli Hatje y el periodista Anderson Carpe analizan las figuras lingüísticas como recurso para el enriquecimiento de las transmisiones radiofónicas de fútbol en Brasil (Capítulo tercero). Como punto singular en este trabajo, observamos la aportación del investigador Carlos Parra en el capítulo cuarto. Su investigación se centra en la novedosa práctica de actividades deportivas en el medio natural y en la necesidad de herramientas de comunicación que popularicen esta nueva cultura de ocupación del ocio.

El segundo bloque (“Deporte, ocio y cultura”) comprende seis estudios que analizan otros aspectos del fenómeno deportivo. En el sexto capítulo, el profesor Manuel Ángel Vázquez Medel examina los tipos de relaciones que se establecen entre el deporte, el ocio y la cultura a través de la teoría del emplazamiento. En el capítulo séptimo, la investigadora M^a Ángeles Martínez nos presenta el deporte como un ámbito idóneo para la creación de héroes. Explora, por tanto, la función social del mito, su evolución y su adecuación a la esfera deportiva dada la importancia del componente simbólico y emocional en su proyección pública. El capítulo siguiente, a cargo de Marina Ramos, hace referencia a las últimas tendencias de los videojuegos de temática deportiva. También en el ámbito del ocio, el profesor Francisco Perales nos ofrece una recopilación de las

múltiples producciones cinematográficas que han tenido como tema central alguna disciplina deportiva. Tanto deportes de masas (fútbol, baloncesto, automovilismo), como minoritarios (ajedrez o billar). De igual modo, el cine vuelve a ser objeto de estudio en el capítulo décimo. Allyson Carvalho y el propio Joaquín Marín estudian la representación del deporte en el contexto cinematográfico español de finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI. Finalmente, en el undécimo capítulo, el investigador Antonio Roda reflexiona sobre las conexiones entre las actividades deportivas y los juegos de rol.

Este libro retoma la línea de investigación propuesta por el autor en obras anteriores como *Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis* (2004) e *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica* (2009). Ambos trabajos, coordinados por Joaquín Marín, incorporaban ya a algunos de los autores que participan en esta nueva publicación. Es el caso del catedrático Manuel Ángel Vázquez Medel o del periodista deportivo Eduardo Gil. Sin embargo, con respecto a esas dos obras anteriores, se observan algunas diferencias. Dado el marcado carácter internacional de la nueva obra, se han primado estudios de caso procedentes de otros contextos geográficos. Así mismo, se ha renunciado a la inclusión de textos relativos a la teoría de los géneros periodísticos o de la fotografía deportiva. También áreas de estudio recurrentes en las obras de 2004 y 2009, como la publicidad, el marketing, el protocolo o el patrocinio, no han sido incluidas en este análisis. En *Imagen, comunicación y deporte*, se hacía especial mención (hasta en dos capítulos distintos) al sensacionalismo en la comunicación deportiva, mientras que en esta nueva obra esa cuestión se puede llegar a considerar más un asunto transversal que una temática específica. En conjunto, estas tres obras vienen a rellenar el vacío científico existente en el estudio de la traslación mediática del fenómeno deportivo como manifestación cultural.

El aire holístico y la mirada crítica de esta obra recuerdan al número 69 de la Revista científica *Razón y Palabra*. Bajo el título “Deporte, cultura y comunicación”, la publicación dedicaba sus páginas, ya en septiembre de 2009, a más de sesenta trabajos de investigadores en comunicación que reflexionaban sobre la dimensión social del deporte. Las palabras de José Samuel Martínez López en el dossier de presentación de la revista bien pueden servir para comprender la motivación de la obra de Joaquín Marín: “Por su impacto cultural y lo extenso de su influencia, por su omnipresencia mediática y los imaginarios tecno-corporales que vehicula, por su relevancia económica y por su rentabilidad política, el deporte, no cabe duda, es hoy un ámbito clave de la vida social contemporánea”. [\[subir\]](#)

Antonia Isabel Nogales Bocio
Universidad de Sevilla

APUESTA TRANSVERSAL POR LA ENSEÑANZA DE COMPETENCIAS MEDIÁTICAS

Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación: *Currículum y formación de profesores en educación en medios*. Andalucía (España), nº 39; vol. XX; época II. 1º Semestre, Octubre de 2012. ISSN: 1134-3478.