

REVISIÓN Y ANÁLISIS DE INVESTIGACIONES ACADÉMICAS Y PROFESIONALES SOBRE EL DEPORTE COMO FENÓMENO SOCIAL Y COMUNICATIVO

ÁLVARO LÓPEZ VICENTE
Universidad Villanueva

MARISA SARGET TARIFA
Universidad Villanueva

ANA VISIERS ELIZAINCIN
Universidad Villanueva

1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo abarca una revisión bibliográfica de los estudios académicos y profesionales en torno al deporte tanto en España como a nivel internacional.

En la primera parte de esta investigación se abordan los efectos que ha tenido el deporte en la sociedad. En este sentido, se ha estudiado el deporte como fenómeno sociológico. Es preciso señalar que, en un primer momento, los estudios englobaron la dimensión fisiológica del deporte y, por lo tanto, este fenómeno estudió desde disciplinas como la biología o la medicina. Posteriormente, el deporte se abordó desde la sociología.

A lo largo del siglo XX, el deporte evolucionó gracias al desarrollo socioeconómico de la mayor parte de los países de Europa continental. La llegada del nuevo modelo capitalista favoreció a que la calidad de vida de los ciudadanos mejorase (Rodríguez, 2010). Al mismo tiempo, comenzó un desarrollo de los medios de comunicación que llegaron a tener audiencias masivas. La vinculación entre el deporte y los medios de comunicación ha sido progresiva a lo largo de los años hasta alcanzar una relación interdependiente (Collins, 2013). Por este motivo, la segunda parte del capítulo trata en profundidad la relación existente entre ambos

elementos. Dicho apartado engloba, por tanto, el aspecto mediático del deporte como el desarrollo y evolución de los medios de comunicación deportivos a lo largo del tiempo. Esta parte incluye al mismo tiempo un análisis de los acontecimientos que favorecieron la estrecha relación entre los medios de comunicación y el deporte. Dicha vinculación sigue vigente hoy en día.

2. OBJETIVOS

El capítulo se plantea con el objetivo principal de estudiar la evolución del deporte como fenómeno social para entender cómo influye actualmente en los individuos. Este objetivo se desglosa en los siguientes objetivos secundarios:

- Realizar una revisión histórica del deporte como fenómeno de masas frente a su origen como disciplina para las minorías sociales.
- Determinar los elementos que han coadyuvado a que el deporte evolucione y se haya convertido en un fenómeno de masas.
- Conocer a los autores de referencia, así como los estudios académicos y profesionales que se han realizado y publicado históricamente en torno al deporte.
- Saber y entender de qué manera los medios de comunicación comienzan a tener interés por la información deportiva y a incluirla en sus espacios.
- Analizar el aspecto mediático de la información deportiva.

3. METODOLOGÍA

Se ha recurrido a la revisión sistemática de la literatura de referencia publicada hasta el momento para trazar un marco teórico que permita valorar y analizar la evolución del deporte como fenómeno social y su vinculación con la prensa especializada tanto nacional como internacional.

Las investigaciones basadas en revisiones bibliográficas conducen a la construcción de conocimiento a partir de los estudios empíricos publicados sobre un determinado tema con el objetivo de concretar el estado de la cuestión sobre el mismo (Fernández-Ríos y Buela-Casal, 2009; Perestelo-Pérez, 2013; Sánchez-Meca, 2010).

Entre los muchos autores estudiados para el desarrollo de esta investigación se pueden considerar los siguientes como referentes en esta área de conocimiento: Günter Lüschen (*Sociología del deporte*, 1976), Heinz Risse (*Selected readings*, 1973), Thorstein Veblen (*Teoría de la clase ociosa*, 1899), Johan Huizinga (*Homo ludens*, 1938), Roger Caillois (*Los juegos y los hombres*, 1948), David Rowe (*Global Media Sport: Flows, Forms and Futures*, 2011), Raymond Boyle (*Changing Sports Journalism Practice in the Age of Digital Media*, 2020), Garry Whannel (*Media Sport Stars*, 2001) y Garry Crawford (*Consuming Sport*, 2004).

4. DISCUSIÓN Y RESULTADOS

La evolución del deporte como fenómeno social ha sido exponencial en las últimas décadas y se ha convertido en un considerable agente económico. Desde su aparición, ha pasado de ser una práctica marginal a una de las opciones preferidas de ocio por parte de los ciudadanos.

La influencia del deporte en las personas puede analizarse desde múltiples perspectivas: sociológicas, económicas, psicológicas o desde las ciencias de la información. En este sentido, Campos señala:

El deporte se ha convertido en la sociedad actual en un fenómeno de una importancia inmensa, ocupando gran cantidad de tiempo libre o de ocio de las personas, y ha tenido una gran importancia económica para los ciudadanos, las ciudades, los países y las empresas. El deporte tiene una gran cantidad de beneficios para las personas, no solo físicos, sino también sociales y psicológicos [...]. A nivel social, mejora los aspectos como las relaciones con los demás, la sensación de pertenecer a equipos o grupos, o a la cooperación. (Campos, 2017: 41)

Hasta que el deporte no emprendió grandes proyectos como las ligas profesionales o los Juegos Olímpicos, perteneció a minorías sociales, fundamentalmente a la burguesía (Riera, 2003).

El deporte se difundió desde los inicios de la Revolución Industrial en la Inglaterra del siglo XVIII al resto de las sociedades europeas y a otros países industrializados. Posteriormente, se extendió durante el siglo XX a todos los países del mundo. El sistema social del deporte se convirtió en una parte constitutiva y definitoria del nuevo tejido de las sociedades contemporáneas. Riera señala:

Hoy vivimos y convivimos en un entorno “deportivizado”, donde nos relacionamos con él de forma directa o indirecta. Y la información deportiva que recibimos, principalmente la transmitida por los medios de comunicación de masas, es la que configura, sin duda, modelos sociales a imitar. (Riera, 2003:38)

El deporte se expandió y se popularizó hasta formar parte de la vida cotidiana de la sociedad gracias a varios factores como el aumento del tiempo libre, la presión ejercida por las organizaciones deportivas y la difusión por parte de los medios de comunicación, tanto generales como especializados (Riera, 2003). Sánchez indica:

El deporte profesional, entendido como espectáculo, es una actividad que actualmente está acaparando una proporción cada vez mayor del tiempo de ocio de los ciudadanos y que, al mismo tiempo, mueve ingentes sumas de dinero a lo largo y ancho de todo el mundo. Si se consideran conjuntamente los aspectos profesionales y recreativos, el deporte constituye un sector de tamaño relevante. (Sánchez, 2003: 3-4)

La evolución del deporte como una actividad de masas ha exigido una especialización de contenidos informativos cada vez mayor debido a su progresivo alcance y demanda social.

4.1 LOS PRIMEROS ESTUDIOS ACADÉMICOS SOBRE DEPORTE. LA SOCIOLOGÍA DEL DEPORTE.

El concepto de deporte evolucionó a lo largo de la historia en función de las sociedades en las que tuvo lugar. En cuanto a su estudio, se consideró en un primer momento como prioritaria su dimensión fisiológica e higiénica. Por este motivo, fue tratado en primer lugar por disciplinas científicas como la medicina o la biología.

Posteriormente se abordó el estudio académico de esta disciplina con un enfoque sociológico que analizó las interacciones sociales en torno al deporte. Rojas (2018) hace hincapié en este carácter social:

[...] el deporte se comporta como una manifestación de la cultura de masas, abarca ingredientes sociológicos, su evolución se explica a partir de la interrelación con corrientes artísticas y literarias y que sólo se puede comprenderse de forma plena dentro del contexto político de cada época. Se trata, por tanto, de un terreno transversal, para el que ni siquiera existen criterios claros ni uniformes a la hora de delimitarlo conceptualmente (ni diccionarios ni enciclopedias se ponen de acuerdo; partiendo de su sentido original de ‘ocio’, ‘recreación’ o ‘pasatiempo’, la palabra ‘deporte’ ha evolucionado hasta adquirir actualmente significados diversos como ‘juego’, ‘arte’, ‘práctica’, ‘actividad’ o ‘ejercicio físico’); y de una actividad de carácter universal que tiene una enorme incidencia en la conformación de las mentalidades y conductas de los ciudadanos. (Rojas, 2018)

La relación entre “pensamiento social” y “deporte” es reciente puesto que la sociología es una disciplina científica novedosa cuyo origen se remonta a mediados del siglo XIX. Fue a partir del siglo XX cuando los sociólogos entendieron que el deporte debía ser observado como una actividad humana lo suficientemente importante como para merecer la atención plena de las ciencias sociales (Lüschen, 1981).

Aunque algunos autores como Günter Lüschen (1979) sostienen que los pensadores clásicos de la sociología como Weber y Spencer fueron los precursores de los estudios sobre deporte, existe un consenso posterior según el cual las referencias de los autores clásicos son marginales y, por tanto, habría que esperar algunos años a que estos estudios fuesen abordados en profundidad.

Lüschen (1979) señala tres obras significativas que podrían considerarse como antecedentes o primeras fuentes de la moderna sociología del deporte: *Sociología de los deportes*, de Heinz Risse, publicada en 1921, *Teoría de la clase ociosa*, de Thorstein Veblen, publicada en 1899 y, sobre todo, el libro *Homo ludens*, de Johan Huizinga, publicado en 1938. Asimismo, se considera la obra publicada en 1958 *Los Juegos de los hombres*, de Roger Callois, de vital importancia para entender el estudio del deporte por parte de la sociología. En esta última obra, el autor explica, a su entender, cuáles son los orígenes del juego.

Tras la Segunda Guerra Mundial, en 1939, la sociología sufrió un gran desarrollo como ciencia y reivindicó el deporte como objeto de investigación. Surgieron nuevos jóvenes científicos interesados en esta

materia. Se constituyó un comité investigador propio dentro de la International Sociological Association (ISA), organizado por el Consejo Mundial del Deporte vinculado a la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). La formación de este comité supuso “la institucionalización definitiva de la sociología del deporte” (González, 2004: 30).

A partir de este momento, comenzó a desarrollarse la sociología del deporte en otros países como Alemania, Inglaterra, Japón, Polonia, Estados Unidos o la Unión Soviética. Se empezó a articular una red de investigaciones y publicaciones a nivel mundial que albergaron tema como los Juegos Olímpicos, el papel de los espectadores en el deporte o la dimensión que ocupaba el deporte como ocio (González, 2004).

Tras los Juegos Olímpicos de Múnich de 1972 se formalizó la sociología del deporte como disciplina científica debido al enorme impacto económico y mediático, e incluso político, de dichos juegos. El atentado que tuvo lugar en esta ciudad contra la expedición olímpica israelí puso de manifiesto la trascendencia mundial de dicho evento deportivo (González, 2004).

En España, la Junta Nacional de Educación Física fue la institución que acercó la sociología del deporte al mundo académico (González, 2004). Es preciso aclarar que la instauración de esta disciplina se produjo en España con retraso respecto a la mayoría de los países europeos. Dicho establecimiento tuvo que esperar a la llegada de la democracia. La nueva realidad social de los españoles tras la dictadura franquista, que terminó con la muerte del dictador Francisco Franco en 1975, demandaba nuevas reivindicaciones sociales entre las que se encontraban la práctica de la actividad deportiva.

Con todo, no fue hasta la época postfranquista cuando el deporte fue considerado como un derecho y un servicio público por parte de todos los estratos sociales. Los organismos públicos tuvieron que aplicar políticas deportivas cercanas al ciudadano las cuales exigieron estudios previos en los que se hicieron necesarios el uso de teorías y métodos propios de la sociología (González, 2004).

A través de las llamadas Cátedras Universitarias de tema deportivo-cultural se pudo hacer una aproximación al estudio del deporte. González señala:

Las disciplinas académicas a las que pertenecen esas cátedras son aún enormemente heterogéneas y van desde el estudio del deporte a través de la literatura, poesía o mitología, hasta ciertos intentos de taxonomizar juegos y deportes en base a criterios físicos y psíquicos. (González, 2004:33)

La instauración en 1964 de un Comité Internacional de Investigación en Sociología del Deporte y la creación de la Revista Internacional de Sociología del Deporte por iniciativa de dicho comité fueron dos catalizadores para que se estudiase en mayor profundidad el deporte en España. Además, desde la Junta Nacional de Educación Física, durante la década de los setenta se compilaron y publicaron artículos científicos relacionados con el ocio y el deporte. Destacan las figuras de José María Cagigal, en los años setenta y Manuel García Ferrando, en los ochenta, como autores fundamentales y representantes del desarrollo inicial de la sociología del deporte. El primer simposio, que llevó por nombre “El deporte en la sociedad española contemporánea” tuvo lugar en 1983 y constituyó el punto de partida de futuros simposios y congresos sobre temática social y deportiva (González, 2004).

Según las palabras de Moscoso Sánchez (2006: 182), José María Cagigal, que no era sociólogo en sentido estricto sino filósofo de formación, empleó extensos conocimientos en pedagogía, antropología, sociología e historia para “analizar desde un enfoque multidisciplinar el estudio social del deporte”.

España se situó, como así lo indican los estudios de García Ferrando (2004), en unos niveles moderadamente altos en cuanto al interés de los españoles por el deporte. Cabe destacar el carácter mediático del deporte español y, en especial, el éxito del fútbol, el cual caló de lleno en la población de este país. El carácter mediático del deporte español es un tema que se tratará en el siguiente apartado.

Al entrar en los noventa, se asentaron los pilares de la sociología del deporte en España. Prueba de ello fue la creación de centros de investigación, el aumento de número de publicaciones especializadas y una

amplia y variada docencia en torno a esta materia. En esa época, la Sociología del Deporte se incluyó como asignatura en la licenciatura de las Ciencias de Actividad Física y del Deporte y en la Diplomatura de Maestro en Educación Física (González, 2004).

4.2 EL ASPECTO MEDIÁTICO DEL DEPORTE. DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN DEPORTES.

La relación que guardan los medios de comunicación y el deporte es directa, reconocible y legitimada. Los contenidos deportivos de los medios son los más vistos y es creciente el número de plataformas y de cadenas de televisión que emiten un elevado número de contenidos de temática deportiva.

El deporte, además, se ha convertido en un fenómeno de masas globalizado de manera que, por ejemplo, es frecuente que se alteren los horarios de los eventos deportivos para que estos puedan ser seguidos por una cantidad superior de espectadores. En este contexto, los patrocinios y gastos publicitarios en la actualidad, los salarios de los deportistas y el monto de los contratos de emisión ascienden a importantes cantidades económicas que no hacen sino reflejar el enorme interés que despiertan. Esta eclosión ha sido de tal magnitud que ha merecido la atención y el estudio desde muchas perspectivas, psicológicas, históricas, económicas, etc. (González, 2004).

La información deportiva se transmitió en primer lugar a través del papel, por medio de periódicos y revistas. Después llegó la radio y más tarde la televisión e Internet. Hoy en día resulta impensable abordar el periodismo deportivo sin tener en cuenta el amplio espectro que engloba su consumo a través de las plataformas digitales (Rojas, 2014).

A continuación, se realiza un análisis de la cronología de acontecimientos que favorecieron la cada vez más estrecha relación entre los medios de comunicación y el deporte:

En la Antigua Grecia se pudieron apreciar los primeros antecedentes de lo que constituirá el periodismo deportivo. En *La Iliada* de Homero existen referencias sobre primitivas competiciones deportivas. Incluso

autores como Platón hablaban en sus obras de gimnasia, juego y ocio (Naranjo, 2011).

Durante la Edad Media, fueron los trovadores los que evocaron de forma oral los deportes que practicaban tanto la aristocracia como el pueblo llano. La llegada de la imprenta en el siglo XV supuso un desarrollo exponencial de la difusión de la cultura y temáticas de todo tipo entre las que figuraban aquellas de contenido deportivo (Naranjo, 2011).

El primer diario de información general fue el *Daily Courrant* que nació en Inglaterra en el año 1702. Le siguieron otras publicaciones de contenido general. Se puede decir que a comienzos del siglo XVIII comenzó a forjarse una relación simbiótica e interdependiente entre del deporte y medios de comunicación impresos, que permanecería a lo largo de los años hasta la actualidad (Collins, 2013).

A partir del siglo XVIII el deseo de crear nuevas revistas, artículos y periódicos nacionales y provinciales que trataran temas relacionados con el deporte se vio incrementado. Las personas que se dedicaban a cubrir esos primeros temas de contenido deportivo no estaban formadas en el oficio. De hecho, esos autores que cubrían este tipo de información eran deportistas profesionales que tenían amplios conocimientos sobre la disciplina que practicaban o habían practicado (Naranjo: 2011)

Algunos autores como Naranjo (2011) sostienen que *Sportsman* fue uno de los primeros medios en abordar el tema deportivo de forma especializada. Este periódico comenzó sus publicaciones en Londres en el año 1852. Entre sus contenidos destacaban la amplia cobertura hacia las carreras de caballos, de gran popularidad en aquella época. Este medio supuso el precedente de una larga serie de diarios y revistas dedicadas a los deportes.

La restauración de los Juegos Olímpicos, por parte del Barón de Coubertin a finales del siglo XIX supuso un nuevo impulso del deporte como actividad de masas (González, 2004).

En Estados Unidos, el magnate de los medios de comunicación William Randolph Hearst, decidió incluir en sus diarios la información deportiva. En el año 1895 decidió informar sobre carreras de caballos y otros

deportes en algunas de sus publicaciones. De esta manera, los medios de comunicación de Hearst comenzaron a destacar entre sus rivales y estos empezaron a incluir del mismo modo información deportiva en sus páginas (Naranjo, 2011).

Poco a poco, todos los diarios norteamericanos comenzaron a reservar un espacio diario exclusivo destinado a la información deportiva. “Esta aparecía siempre en las páginas interiores hasta que *The New York Times* dedicó su primera página en 1926 a un famoso boxeador llamado Gene Tuney” (Naranjo, 2011).

Resulta destacable el hecho de que la prensa deportiva haya patrocinado diversos eventos deportivos favoreciendo así la relación entre deporte y medios de comunicación. Naranjo señala:

El diario francés *L’Auto*, que pasó a llamarse *L’Equipe*, es el que crea y patrocina la vuelta ciclista a Francia. En Italia, *La Gazzeta dello Sport* patrocina el Giro. En España, es el diario *Informaciones* quien patrocinó la Vuelta Ciclista a España en 1935. El periódico de Chicago *The Times Herald* organizó en 1895 la primera carrera automovilística de Estados Unidos, y en 1899 el *New York Herald* patrocinó las primeras carreras automovilísticas de carácter internacional. (Naranjo, 2011: 188)

A partir de los años veinte los medios de comunicación comenzaron a pagar grandes cantidades de dinero para las coberturas de los diversos acontecimientos deportivos. La organización y regulación de muchos deportes se organizó a través de organismos internacionales como el Comité Olímpico Internacional (COI) o la Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol (FIFA, en sus siglas en inglés) (Rojas, 2014).

La implicación de los medios de comunicación en el deporte ha impulsado y transformado eventos de la talla de la Copa Mundial de la FIFA o los Juegos Olímpicos (Boyle, 2006). El interés de la población en conocer cada detalle las historias de sus protagonistas han hecho que esta la demanda informativa sea aún mayor. Rojas (2014) señala:

El periodismo deportivo ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en “el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de Europa Meridional, América Latina, tanto en prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales. (Rojas 2014: 179)

La aparición de Internet ha cambiado de forma radical el consumo de información deportiva. Esto ha provocado un cambio en la estructura de las redacciones periodísticas. “En el nuevo escenario digital, el periodismo ha encontrado en el entorno 2.0, en los blogs y, muy especialmente, en los social media uno de sus más eficaces vectores de difusión de contenidos” (Rojas, 2014: 181).

En la actualidad, nuevos elementos como las redes sociales han favorecido que las noticias se puedan actualizar de forma constante y a una velocidad vertiginosa. La nueva realidad digital ha favorecido a que los “viejos” medios tengan que adaptar sus contenidos para adaptarse a las nuevas exigencias de los consumidores (Rojas, 2014: 182).

Además, el periodismo deportivo actual se caracteriza por la aparición de nuevas plataformas de *streaming* como Youtube o Twitch donde la interactividad ha llegado a una nueva escala. Con este nuevo cambio han surgido nuevos agentes que han elevado atraer a audiencias millonarias (Estéban Pérez, 2021).

4.3 INVESTIGACIONES SOBRE DEPORTE Y COMUNICACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

A nivel académico, urge destacar diversas investigaciones de autores que han publicado manuales y volúmenes recopilatorios durante las últimas décadas sobre el estudio de la relación entre comunicación y deporte.

Resulta preciso señalar a algunos de los escritores más importantes y reconocidos a nivel internacional que han abordado dicha relación en profundidad como David Rowe, Raymond Boyle y Garry Whannel.

David Rowe, en su libro *Sport, Culture and the Media* (2004) indica que la potente relación entre los medios y el deporte no esperó a la llegada de la televisión. Los periódicos constituyeron la llave para que se creara un verdadero negocio alrededor del deporte (Rowe, 2004: 31).

Raymond Boyle en su obra *Sports Journalism: Context and Issues* (2006) resalta el cambio tan profundo en los valores de la sociedad

respecto al deporte. Con ello muchos estudiantes demostraron que querían ser periodistas deportivos.

Garry Whannel fue otros de los autores clásicos de obligada mención. Su libro *Blowing the whistle* (2008) constituye un referente donde se tratan diversos temas que se seguirá estudiando en los años posteriores: mercantilización, globalización, nacionalismo y otros aspectos como el género, la etnicidad y la clase social (Naranjo, 2011: 22).

Otro autor, Garry Crawford señala que, así como el deporte puede importar a mucha gente, una buena parte de la sociedad carece de interés hacia el mismo. A pesar de ello, resulta innegable, según sus investigaciones que el deporte ha ocupado y ocupa un papel significativo en la modelación de la identidad cultural y social de una comunidad. Crawford afirma:

Las memorias, los pensamientos y las conversaciones de los seguidores deportivos se relacionarán frecuentemente con los eventos a los que esas personas han acudido, los encuentros que han visto por televisión, los bienes de consumo que han comprado o visto y actos similares de consumo. (Crawford, 2004: 5)

4.4 INVESTIGACIONES SOBRE DEPORTE Y COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

Las relaciones entre los medios de comunicación y el deporte han sido abordadas también de forma específica desde el ámbito académico español. Dicha relación ha merecido la atención de varios autores como José María Cagigal o Manuel García Ferrando.

Otros autores españoles han estudiado el binomio “comunicación-deporte” desde una perspectiva académica muy especializada. Es el caso de Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral que, en su obra *Áreas de Especialización Periodística* (1998), presentan un artículo completo dedicado a la actividad deportiva. Esteve y Fernández (1998: 275) afirman que dicha actividad deportiva ha estado siempre unida a distintas manifestaciones humanas, como la religiosa, la bélica, la educativa o la lúdica:

En principio, tales manifestaciones eran de carácter privado y personal como expresión de culto a los dioses o de desarrollo de un ejercicio físico, sin embargo, a través de la historia se ha ido configurando una faceta social del deporte como competición y exhibición derivándose actualmente como un fenómeno de masas. (Esteve y Fernández, 1998: 275)

Asimismo, destaca Miguel de Moragas i Spà, que ha abordado la teoría y sociología de la comunicación en sus obras. Moragas fue director del Centro de Estudios Olímpicos de la Universidad Autónoma de Barcelona (CEO-UAB) y presidente de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC). En estos libros, aborda en profundidad la relación existente entre deporte y comunicación apuntando que “a cada nueva edición, los Juegos Olímpicos consiguen la máxima audiencia simultánea y acumulada de la historia de la televisión” (Moragas, 2011: 11). Destacan sus obras *Barcelona □2'. Los Juegos de la comunicación* (1992) y *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte* (2003).

Antonio Alcoba López fue otro de los grandes referentes del periodismo deportivo en España. Fue profesor de Periodismo especializado en la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y periodista del diario *As*.

Alcoba es considerado como uno de los precursores más importantes en la enseñanza del periodismo deportivo como área de especialización en las universidades de España. Este autor entiende el deporte como una de las vías fundamentales que han promovido, promueven y promoverán la comunicación entre los hombres (Naranjo, 2011).

De las aportaciones de Alcoba se desprende la idea de la universidad del deporte como elemento de comunicación humana y en estrecha relación con los medios de comunicación. En sus obras *El periodismo deportivo en la sociedad moderna* (1980) y *Deporte y comunicación* (1987) hace un recorrido histórico sobre el auge del deporte en la sociedad y destaca la labor del periodista deportivo. Abarca la comunicación del deporte en prensa, radio y televisión e incluso profundiza en sus obras sobre el concepto de “capitalismo deportivo” donde trata la relación del deporte con la política.

Alcoba explica en sus investigaciones que el deporte se ha convertido en un elemento cultural de gran trascendencia para las personas y lo ubica dentro del ámbito social:

El fenómeno deportivo, propio de este siglo, se ha convertido en algo consustancial en la vida del hombre actual, del cual no puede separarse el ser del propio hombre quien busca, a través del deporte, una salida a la agitación de su vida, y para romper unos moldes en los cuales ha quedado introducido por la mecanización de su existencia. (Alcoba, 1980: 94)

Joaquín Marín Montín escribió varios artículos sobre el espectáculo del deporte. Destaca su libro *Comunicación y deporte: nuevas perspectivas de análisis* (2005) donde abarca en profundidad temas relacionados con el tratamiento del deporte en la era de Internet.

5. CONCLUSIONES

La literatura consultada permite concluir que el deporte es una disciplina que aúna investigación científica y académica por su influencia en la sociedad y economía de los países. El deporte ha tenido gran impacto sobre la conducta y el comportamiento de los ciudadanos y esto ha quedado reflejado en la prolífica literatura e investigación generada en las últimas décadas en torno a este fenómeno.

A lo largo de la revisión histórica, ha quedado establecido que el deporte pasó de ser una práctica marginal a un fenómeno de masas. Destaca el aumento de su práctica por parte de varios estamentos sociales, pero sobre todo su consumo masivo como contenido de entretenimiento.

La Revolución Industrial hizo que aumentase el tiempo de ocio de los ciudadanos y estos lo emplearon en la realización de actividades físicas o en la participación de campeonatos. La gran mayoría de la población invirtió ese tiempo en el ocio convirtiéndose en espectadores de acontecimientos deportivos. Los innumerables cambios sociales, tecnológicos y económicos fomentaron un aumento de la calidad de vida de la población y ello favoreció la expansión del deporte a nivel global.

Según las obras consultadas, el deporte de alta competición alcanzó un papel protagonista gracias al nuevo modelo capitalista del mercado.

Surgió un nuevo culto en torno a los mitos deportivos, un hecho que se vio impulsado por los medios de comunicación de masas. Sin duda, los medios de comunicación fueron los elementos fundamentales que propiciaron la difusión y expansión del deporte.

Una parte de la investigación planteada en este capítulo trata en profundidad ese aspecto mediático del deporte. En este sentido, se comprueba la indiscutible vinculación entre el deporte y los medios de comunicación. Con ello, se pudo recopilar la mayor parte de obras y autores corroboraron y estudiaron la existente relación interdependiente. Este fenómeno explica que hoy en día los contenidos deportivos de los medios sean los más consumidos por parte de la audiencia. Por otro lado, la investigación aborda el deporte como fenómeno social.

Como última conclusión, cabe señalar que la evolución del deporte como actividad de masas exigió una especialización de contenidos informativos cada vez mayor debido a su progresivo alcance y demanda social. Además, hoy en día la tecnología ha hecho posible la existencia de nuevas formas de relación entre el emisor y el receptor de la información. De esta forma, gracias a las plataformas como Youtube o Twitch ha nacido una nueva forma de interacción entre los emisores y receptores del mensaje. En futuras investigaciones será interesante observar la evolución del consumo del deporte como fenómeno social y comunicativo a lo largo del tiempo.

6. REFERENCIAS

- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism*. London. Sage Publications Ltd.
- Boyle, R. y Haynes, R. (2000). *Power play: sport, the media and popular culture*.
- Boyle, R. y Haynes, R. (2004). *Football in the new media age*. Abingdon. Routledge.
- Boyle, R., Rowe, D. y Whannel, G. (2010). *Delight in trivial controversy? Questions for sports journalism*. En S. ALLAN (Ed.), *The Routledge Companion to News and Journalism* (pp. 245-255). New York. Routledge.
- Campos, J.A. (2017). *Factores determinantes en el arbitraje del fútbol: Análisis de los árbitros en la Región de Murcia [Tesis doctoral]*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

- Collins, T. (2013). *Sport in capitalist society*. London. Routledge.
- Compass, (3-4) 543-558. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2009.00225.x>
- Crawford, G. (2004). *Consuming Sport*. London. Routledge.
- Esteban Pérez, O. (2021) *La influencia de los streamers en el periodismo deportivo televisivo: GOL y Movistar +* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de Sevilla. Sevilla.
- Esteve, F. y Fernández, J. (1998): *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua
- Fernández-Ríos, L., Buela-Casal, G. (2009). Standards for the preparation and writing of Psychology review articles. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 329-344. <http://www.aepc.es/ijchp/ref-es-326.pdf>
- García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid. Consejo Superior de Deportes. Alianza Editorial.
- García Ferrando, M. (2001). *Los españoles y el deporte: Prácticas y comportamientos en la última década del siglo XXI. Encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles*. Madrid. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consejo Superior de Deportes.
- García Ferrando, M. (2004). *Sociología del deporte*. Madrid. Alianza Editorial.
- González, M. E. (2004). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España* [Teis Doctoral]. A Coruña. Universidade da Coruña.
- Lüschen, G. (1979). *Deporte en la sociedad. Posición y cometidos de una sociología del deporte*. En Günter LÜSCHEN y Kurt WEIS (comps.). *Sociología del deporte*, Valladolid. Miñón.)
- Lüschen, G. (1981). *El deporte, el conflicto y la solución del conflicto*. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXI (2).
- Lüschen, G. y Sage, G. (eds.) (1981). *Handbook of Social Science of Sport*. Champaign. Stipes Pub. Co.
- Lüschen, G. y Weis, K. (1979). *Sociología del deporte*. Valladolid. Editorial Miñón.
- Moscoso Sánchez, D. J. (2006). *La sociología del deporte en España. Estado de la cuestión*. *Revista Internacional De Sociología*, 64(44), 177-204. <https://doi.org/dtqqr9>
- Naranjo, A. (2011). *El Tratamiento de la información deportiva en la prensa*. [Tesis doctoral]. Málaga. Universidad de Málaga.

- Perestelo-Pérez, L. (2013). Standards on how to develop and report systematic reviews in psychology and health. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 13(1), 49- 57. doi:10.1016/S16972600(13)70007-3
- Riera, A. (2003). Análisis comparado del uso del deporte en la publicidad televisiva en España. [Tesis doctoral]. Lleida. Universidad de Lleida.
- Rodríguez Abreu (2010). El origen del deporte contemporáneo en los países centrales y su legado en la evolución de la Educación Física. *EFDeportes.com* Buenos Aires. Año 15, Nº 147
- Rojas Torrijos, J.L. (2014). Periodismo Deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190. <https://bit.ly/33n0gjG>
- Rowe, D. (1999). *Sport, Culture and the Media: The Unholy Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Rowe, D. (2003). Sport and the Reproduction of the Global. *International Review of the Sociology of Sport*, 38 (3), 281-294. London. SAGE. <https://doi.org/cq7c6z>
- Rowe, D. (2008). *Sport, culture and the media*. Berkshire: Open University Press.
- Rowe, D. (2009). *Media and Sport: The Cultural Dynamics of Global Games*. Sociology
- Rowe, D. (Ed.) (2004). *Critical Readings: Sport, Culture and the Media*. Nueva York. Open University Press.
- Sánchez Santos, J.M. (2003). Economía, fútbol y bienestar social. El valor de un equipo para una ciudad. Diputación Provincial de A Coruña. Imprenta Provincial.
- Sánchez-Meca, J. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula Abierta*, 38(2), 53-64. <http://www.um.es/metaanalysis/pdf/5030.pdf>
- Whannel, G. (2008). *Culture, Politics and Sport: Blowing the Whistle*. London. Routledge.