



II CONGRESO
INTERNACIONAL
DE TEORÍA Y
TÉCNICA DE
LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL
periodismo
AUDIO
VISUAL EN LA **era** DEL
espectáculo

actas

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

La *Pilota Valenciana* como espectáculo mediático. Información deportiva vs escenificación televisiva

Dr. Sebastián Sánchez Castillo

Universitat de València

1. Introducción

Para intentar relacionar deporte, tradición y comunicación es necesario hacerlo dentro de una nueva y cambiante sociedad globalizada. Por ello, hablar de deporte y medios significa hacerlo bajo una gran variedad de funciones y de símbolos compartidos en un emergente escenario de sinergias antes autónomas. Y la televisión, como espectáculo e información juega un papel decisivo en esta nueva realidad mediatizada, en una nueva producción de espectáculos para el consumo de símbolos y rituales. Por necesidades de organización empresarial y bajo el yugo de una audiencia cada vez más fragmentada se hace necesario nuevas estrategias para adaptar toda la producción simbólica con atractivo popular a las necesidades de la realidad televisiva, este es el caso de las retransmisiones de *Pilota Valenciana*.

La influencia mediática del deporte minoritario ha sido estudiada anteriormente desde el punto de vista político o económico, pero actualmente cuando se acepta la enorme trascendencia que la información deportiva tienen en distintos ámbitos de la sociedad, se hace necesario investigar desde una perspectiva sociológica que se centre en los elementos de significación y espectacularización contenidos en el mensaje y en sus consecuencias. Si como se acepta en estudios anteriores que “el fenómeno del deporte moderno, entendido como un fenómeno social total, ha dejado de ser un sistema autónomo y se ha convertido en un sistema abierto con escasa identidad propia” (González, 2004: 271), en los deportes considerados minoritarios con una profunda carga cultural puede que esto también esté ocurriendo, y podemos considerar según se desprenderá de esta investigación, que será debido a una mediatización poco controlada.

Los estudios culturales reconocen a los actores partícipes en términos de interaccionismo simbólico, induciendo cuestiones claves como la identificación y proyección, la socialización o la integración que se produce a través de los deportes minoritarios, no sólo como espectáculo deportivo sino también como expresión de identidad cultural. Por identidad en lo referente a los actores sociales se entiende como “el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (Castells, 1997: 28). Sin lugar a duda, nos referimos a un patrimonio etnológico, que la UNESCO (15 de noviembre de 1989) lo define como “la cultura tradicional y popular, como el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto a expresión de su identidad cultural, social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otra manera. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura, y otras artes”. A partir de esta denominación, la televisión se configura en la actualidad como el mayor mecanismo difusor de la cultura tradicional, popular o cultura de masas y, por lo tanto, es la mayor plataforma de transformación de identidad y de tradición. Las televisiones autonómicas, en tanto que se erigen como televisiones de proximidad, son un espacio de producción de identidades culturales, pero es necesario indicar que “esa tradición no ha sido destruida por los media sino, más bien, transformada o desalojada por ellos” (Thompson, 1998: 239).

Bajo esa premisa, parece que está cada vez más clara la contribución de un sector audiovisual fuerte y competitivo en el desarrollo endógeno de las regiones y en la construcción cultural de las mismas. Bajo la consideración inicial de la gran importancia que tiene la televisión en la difusión de valores autóctonos, tanto en términos culturales como simbólicos, se hace necesario considerar la gran influencia que están teniendo las TIC y las implementaciones multimedia en este deporte tradicional y en su actual y decisiva transformación. Por ello los mass-media ya no se pronuncian únicamente para “informar sobre el deporte” sino que se han convertido en verdaderos actores, coautores y productores de las nuevas formas culturales de expresión del deporte, hasta ser “productores del deporte”. Y esas nuevas expresiones se inician en el caso que nos ocupa, desde la mutación del *trinquet* en un auténtico estudio o plató virtual. No es despreciable la gran importancia que este nuevo proceso mediático tiene en beneficio de la gran participación y conocimiento popular, la motivación de procesos de identificación o la espectacularidad, pero tampoco pueden ignorarse las contradicciones e inestabilidades que se derivan, a medio y largo plazo, de este proceso.

En definitiva, la mediatización no afecta únicamente a aspectos particulares del deporte, sino que cuestiona a la misma estructura del sistema deportivo, produciendo distintos desequilibrios. Por ejemplo:

1. La influencia de la televisión cambia el índice de popularidad de los deportes y establece nuevas jerarquías y la pérdida de narrativas tradicionales.
2. Se producen profundos cambios en la configuración de los valores culturales asociados al deporte, con una posible pérdida de los valores identitarios.
3. La espectacularización motivada por la incisión de las nuevas tecnologías puede transformar los condicionamientos propios del desarrollo deportivo y social, apareciendo un nuevo ritual mediático sujeto a razones externas y comerciales.
4. Posibilidad de ruptura de la tradición y del imaginario debido a la aceptación de nuevos roles y modos de entender el juego, y por consiguiente una incipiente industrialización del deporte cultural.
5. La aparición de la modernidad dentro de la tradición sitúa al deporte autóctono como un fenómeno social total y abierto, con limitada identidad propia y vinculada a otros sistemas como el económico, político y el de los medios de comunicación.

2. La mediatización de la tradición en el juego

Tras la consolidación de los canales autonómicos en los años ochenta y la pérdida del monopolio público estatal, las nuevas televisiones autonómicas se convirtieron en el principal baluarte en la recuperación cultural y lingüística en los respectivos territorios. A la Administración Pública dentro del ámbito deportivo se le presupone responsabilidades no sólo en la gestión de la actividad deportiva, social y privada, sino que le corresponde también la gestión del deporte sobre plataformas mediáticas. Según el esquema de mediatización del deporte minoritario que se desprende del gráfico 1, la Administración implicada, junto a organismos deportivos locales o globales (Asociaciones, Federaciones, Comités, Clubes) deben ser capaces de mantener el sistema dentro de una lógica dirigida a concebir el deporte principalmente como beneficio personal. Pero a esas estrategias se le tiene que sumar el papel que los medios tienen en la visibilidad de esa actividad deportiva. Por esta razón, el deporte pasa a convertirse en un actor principal de carácter simbólico y con gran atractivo para las necesidades de producción televisiva, y otros sistemas de entretenimiento masivo.

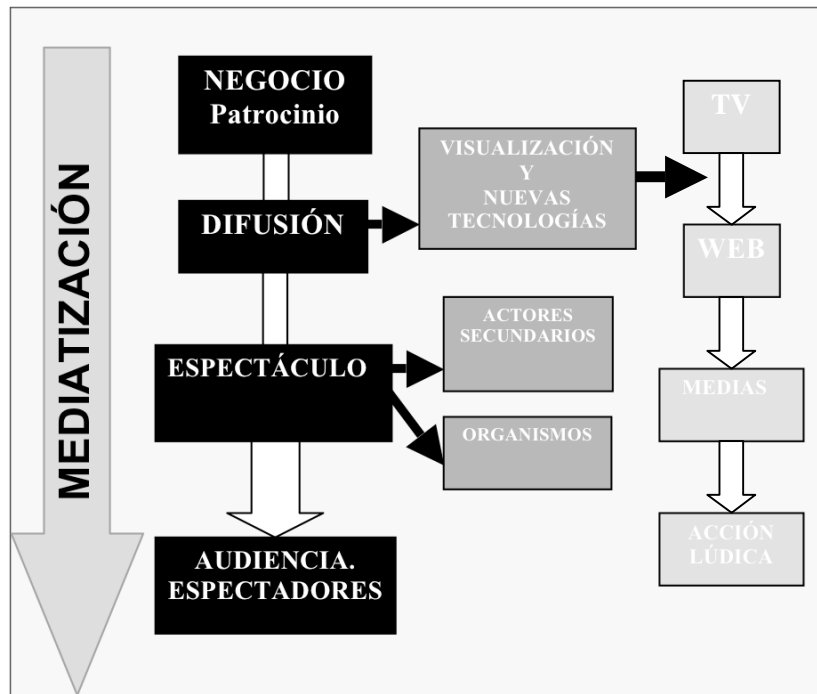


Gráfico.1. Elaboración propia

Si consideramos la inexorable aparición de la espectacularidad debido a la mediatización masiva de los deportes minoritarios, deberemos aceptar por lo tanto que la influencia de los medios de comunicación, en este caso la televisión, es decisiva en el futuro y supervivencia de esta actividad deportiva autóctona. Hasta finales de los años setenta la actividad deportiva mantenía una gran autonomía frente al medio televisivo. Esta dinámica se vio modificada con la posibilidad de emisiones en directo de todos aquellos acontecimientos deportivos que se iniciaban como generalistas, por lo que los *mass media* comenzaban a influir en el deporte del mismo modo que sobre la política, la economía o la cultura. A partir de entonces los medios ya no participaban “del deporte” sino que se convirtieron, sobre todo la televisión, en parte indivisible del hecho deportivo, en verdaderos intérpretes. Por ello, el deporte establecido en modelos simbólicos tradicionales se traslada a escenarios mediáticos, convirtiendo los estadios y espacios deportivos en auténticos platós de televisión y sujetos a las estructuras temporales y condicionamientos narrativos propios de la espectacularidad y ficción televisiva. Los medios no se limitan a narrar el acontecimiento, ganan o pierden, tanto o más, que los propios clubes y jugadores.

Los estudios culturales muestran gran sensibilidad hacia un estudio muy dirigido a la comunidad participante, en especial a lo referido sobre interaccionismo simbólico, y tratando cuestiones trascendentales como la identificación y proyección, la integración o la socialización que se presenta en el espectáculo deportivo. Esta influencia del deporte sobre la televisión “se deja sentir en varios sectores, no únicamente en la programación, también en la tecnología, en la audiencia, en las fusiones empresariales y en la economía, convirtiéndose en un aspecto fundamental de las estrategias de competitividad de las

empresas de comunicación” (Moragas, 2007: 7). Podemos considerar otros deportes que por su menor presencia en pantalla y por estar fuera de las sinergias mediáticas establecidas, se sitúan en un espacio no-mediático; es el caso de la Pilota Valenciana. Las nuevas tecnologías ofrecen nuevas oportunidades a la mediatización de este deporte autóctono, y por lo tanto mayor posibilidad de éxito sobre la audiencia televisiva.

Pero esa escasa presencia en televisión no evita que esta actividad deportiva autóctona sea sin lugar a duda un importante escenario de intercambios simbólicos propios de una identidad social, y son los que participan en el juego y los conocedores de su normas y realidad los que reconocen tal identidad, “en tanto que formas simbólicas, los fenómenos culturales poseen significado para quienes participan en ellos y el significado es algo que los de dentro y los conocedores comprenden y valoran” (Guibernau, 1996: 89). En este caso, sería obvio aceptar que este deporte teñido de elementos culturales propios e identitarios, carece de las características de espectacularidad y del elitismo de que gozan aquellos más mediáticos. Pero esta reflexión puede no ser cierta, y como consecuencia de esta intromisión producirse desequilibrios y contradicciones en el arraigo del proceso cultural, en definitiva, una desterritorialización, “la mediatización, esto es, el desarrollo e impacto de los medios de comunicación de masas, actúa como una fuente preferente de desterritorialización, al tiempo que se convierte en un catalizador de otras fuentes de desterritorialización” (Hernández, 2005: 130).

Se ha iniciado una nueva era para el deporte autóctono, con un concepto nuevo de la imagen, cuidada y espectacular, donde la televisión será la protagonista frente a una nueva generación de pilotaris. El deporte cultural está trasladándose hacia un deporte espectáculo, con decididas intenciones de encontrar su propio nicho de audiencia.

3. La Pilota Valenciana y la espectacularidad televisiva

Los medios de comunicación inducen al deporte algunas de las formas narrativas de la ficción y del entretenimiento. Por ello, podemos asegurar que llegan a sus sistemas de valores con premisas y estructuras de contexto propias de la televisión más efectista y dramática. Y este lenguaje, se está viendo profundamente influido por un descontrolado interés a la espectacularidad, propiciada sobre todo por el auge de la tecnificación y de las nuevas posibilidades informáticas, un verdadero contrato espectacular entre medio y audiencia. Que las retransmisiones deportivas son un género espectacular nadie lo duda, “lo son, entre otras cosas, porque permiten provocar emociones, sensaciones y sentimientos en la audiencia. Así que a partir de ahora no habría que olvidar que emoción y espectáculo van unidos” (Blanco, 2001: 2).

En ese sentido, uno de los elementos publicitarios empleados para sugerir a la audiencia una retransmisión novedosa y espectacular es la aplicación de las tecnologías de última generación en la edición y producción de contenidos audiovisuales, creando con ello un auténtico género periodístico basado en el efectismo y en la ubicuidad. Ese nuevo género que tiene a la espectacularidad como factor determinante, es capaz de generar un estado dramático con capacidad innegable de mantener el interés del espectador, y conseguir un

mayor grado de implicación con lo acontecido en el trinquet. El uso, por parte de los equipos de producción y realización, de sofisticadas técnicas y tecnologías constituye un valor diferencial frente a retransmisiones concebidas de una forma más tradicional y ortodoxa, en un formato que ha quedado relegado para siempre. En este sentido podemos establecer que desde el punto de vista periodístico se produce la construcción audiovisual del acontecimiento deportivo con claras características narrativas propias del reportaje, en tanto que, como se ha asegurado anteriormente, surgen modelos dramáticos y de espectacularidad. Podemos considerar que esos modelos dramáticos y efectistas narraciones visuales quedan modulados por la aplicación de las nuevas tecnologías gracias a su capacidad de generar emociones y provocar una sugerente empatía al aficionado que lo disfruta por televisión. En el medio televisivo, “la percepción de la rapidez, la diversión, la claridad, la agradabilidad y la emoción, son algunos atributos que ayudarían a definir la espectacularidad de una retransmisión deportiva” (Blanco, 2001: 3). Por tanto, las innovaciones tecnológicas empleadas para la captación y el tratamiento de la imagen y de la información periodística en tiempo real sí determinan el grado de espectacularidad visual percibido por el espectador debido a que intervienen en la percepción de diferentes factores que son decisivos para éxito de la retransmisión entre la audiencia.

Tras estas aseveraciones, es posible establecer la existencia de condicionamientos que puedan condicionar el grado y la intensidad de la percepción audiovisual, y por lo tanto aspectos inseparables al planteamiento narrativo del acontecimiento mediático de la Pilota Valenciana.

1. Condicionamientos endógenos. Se consideran aquellos factores propios del espectáculo deportivo considerado, y que son aceptados y asimilados por la narrativa televisiva. En este sentido, cambios en la estructura temporal del juego, elementos con mayor visibilidad y la telegenia pueden considerarse como tales.
2. Condicionamientos exógenos. Podrían incluirse todas las posibilidades que puedan lograr un mayor efectismo en la escenografía. Así, se establecerán como posibles todas las innovaciones técnicas y tecnológicas con capacidad plena de construir una narrativa más sugerente y espectacular. Las novedades en los aspectos técnicos y estéticos incluidos en esta investigación y aplicados en producciones reales, pueden también considerarse como exógenos, con una profunda y decisiva importancia en la percepción final del producto audiovisual.
3. Condicionamientos empáticos. Son los modelos referenciales del propio espectador. Con ello, se activa el reconocimiento de lo propio, de lo cercano, de lo auténtico. Responde a ello, una cierta complicidad con los jugadores y con la dinámica y realidad deportiva. La competencia en el deporte también puede considerarse como un aspecto inherente en el espectador, así como la identificación con el desarrollo del juego puede ocasionar un mayor beneficio en el tratamiento visual, percibiéndose la espectacularidad como un aspecto positivo, pero no decisivo. En este sentido, estudios previos demuestran que “el contenido de las imágenes y, sobre todo la simpatía que se demuestra hacia un equipo y la competencia informativa del

espectador, está por encima de las consideraciones estéticas o espectaculares de los fragmentos informativos audiovisuales” (Blanco, 2001:17).

Parece a priori que la eficacia como producto televisivo, en cuanto al grado de aceptación por parte del público, y por ello un reconocimiento explícito en los índices de audiencia, resultaría de un equilibrio adecuado de los tres condicionamientos expuestos. Además, una combinación ecuánime de información y espectáculo se surge como necesario para encontrar la calidad broadcast que este modelo requiere.

4. Modificaciones técnicas y estéticas en el trinquet de Genovés

La modalidad de *escala i corda*, se considera históricamente como una derivación del antiguo *jeu de paume* que se practicaba en Francia desde mediados del siglo XVI y que también sirvió, a finales del XIX para la creación del tenis moderno. Durante mucho tiempo se creyó que esta modalidad se debió a la iniciativa del mítico jugador “El Nel de Murla” e incluso se llegó a celebrar su primer centenario en el 2002 en el trinquete Pelayo de Valencia. Sin embargo, numerosas fuentes demuestran que esta modalidad ya era practicada con anterioridad a 1902.

El trinquet municipal de Genovés (Valencia) ha servido de escenario de pruebas para la aplicación de novedades técnicas y estéticas encaminadas a facilitar la inmersión de las necesidades del proceso televisivo en esta modalidad deportiva de *escala i corda*. Las retransmisiones de los partidos de pilota, iniciadas por TVV prácticamente desde los primeros pasos de la televisión pública, están experimentando una auténtica revolución. La televisión autonómica incorpora las últimas tecnologías en la retransmisión de acontecimientos deportivos a la competición de la pilota valenciana. Las partidas verán así totalmente modificado su planteamiento audiovisual, poniéndose a la vanguardia de las retransmisiones deportivas gracias a toda una serie de elementos innovadores que empiezan por la realización. Desde el departamento de deportes de TVV se cambia la realización, con más cámaras y más puntos de vista, alguno de los cuales imposibles.

De esta forma, se ha procedido a la modificación de los aspectos estéticos y funcionales siguientes:

1. Empleo del color azul en la totalidad de las paredes del trinquet.
2. La pelota o *vaqueta* pasa a ser de piel blanca natural.
3. Fondos de galería, tanto en el *dau* como en el *resto*, acristalados para el establecimiento de dos cámaras sobre trípode y una mini grua.
4. Inclusión de un gran videowall o pantalla en la *galeria del dau* donde es posible ver la retransmisión televisiva en directo así como las repeticiones del juego. Esta información a tiempo real puede poner en evidencia las decisiones del *home bo* y del *marxador*, y tomarse como una segunda decisión pública.
5. Dos cámaras sobre trípode son instaladas a ambas partes de la *corda central* o *xarxa*, junto al *feridor*.
6. Modificación y aumento de la iluminación del espacio deportivo.

7. Instalación de una pequeña cámara con sistema telescópico con cámara lápiz o poole cam en la *galería del dau*, ofreciendo planos aéreos.
8. Minicámaras instaladas en los peldaños de la *escala* para ofrecer puntos de vista contrapicados muy efectistas.

El uso de paredes de vidrio blindado, instaladas de forma experimental por primera vez en el Trinquet del Genovés, hace posible el disfrute del juego de forma integral eliminando las hasta ahora zonas muertas que creaba la estructura de los trinquetes. Todas las innovaciones, como la elasticidad del vidrio para asegurar el rebote de la pelota o la eliminación de reflejos, se han llevado a cabo tras un largo estudio destinado a que esta revolución audiovisual no interfiriera en el desarrollo del juego. A la revolución escénica se suma el color del trinquete, que será de color azul croma. El cambio ha obligado a modificar el color de los uniformes de los pilotaris, así como la puesta en escena y la vestimenta de los jueces que también sufrirá variaciones. El color del suelo se ha oscurecido para favorecer el contraste con el color de la pelota. Respecto al sonido, se han incorporado grandes innovaciones como dotar de un micrófono inalámbrico al *home bo* e instalar micrófonos direccionales para captar y ofrecer los lances del juego, redundando así en una mejor percepción del mismo. Esta nueva realización del deporte de la pilota también incorpora nuevos soportes que aumentan la calidad del programa. Las unidades móviles estarán dotadas de discos duros para poder realizar repeticiones del juego desde cualquier punto de vista. La infografía también sufre una mejoría notable, y se presenta como más moderna, tridimensional, dará información exhaustiva sobre los jugadores, las estadísticas, comparativas, la trayectoria de los pilotaris o la velocidad de la pelota a través de radar. Además, el uso de rotulación informativa sobre los términos usados en el juego supone una auténtica lección formativa del deporte autóctono.

5. Metodología y técnica de investigación. Obtención de datos

En cuanto a la metodología utilizada en este estudio sobre la Pilota Valenciana y su representación mediática, se han considerado adecuada las tesis sobre el análisis de contenido (L.Bardin, 1996, K.Krippendorff, 1997). Para ello se han minutado y analizado las retransmisiones de Pilota Valenciana producidas por la cadena pública de televisión Punt 2, uno de los canales pertenecientes al ente público Radiotelevisión Valenciana, que dedica cuatro horas semanales a la difusión del deporte valenciano, desplazando a 34 técnicos a los trinquets para hacer posible la retransmisión en directo. Las fechas propuestas van desde el 14 de noviembre de 2008 al 15 de marzo de 2009, un total de 52 horas (3.120 minutos) de producción audiovisual. Como se ha indicado anteriormente, una de las variables estudiadas será las obtenidas tras el análisis cuantitativo entre aquellas retransmisiones de Pilota realizadas en el tecnificado trinquet de la localidad de Genovés, y las realizadas en otros trinquets tradicionales y no modificados por motivos estéticos y técnicos.

Aunque según datos de la propia cadena autonómica durante varias semanas se ha dado el caso que las retransmisiones de Pilota Valenciana han superado en número de espectadores a otras correspondientes a equipos punteros de deportes de masas como por ejemplo el

baloncesto y el Pamesa Valencia, quedando palpable que hasta la fecha la cuota de pantalla media obtenida en las retransmisiones de Pilota es indudablemente baja. Como se desprende del gráfico 2 la cuota de pantalla media obtenida en esta tipología de retransmisión en distintos trinquets de la geografía de la Comunitat Valenciana se sitúa en el 0'837. Sin embargo, a partir del gráfico 3 que muestra los porcentajes de audiencia obtenidos de las retransmisiones de Pilota en el televisivo trinquet de Genovés, la cuota media se sitúa en el 0'884.

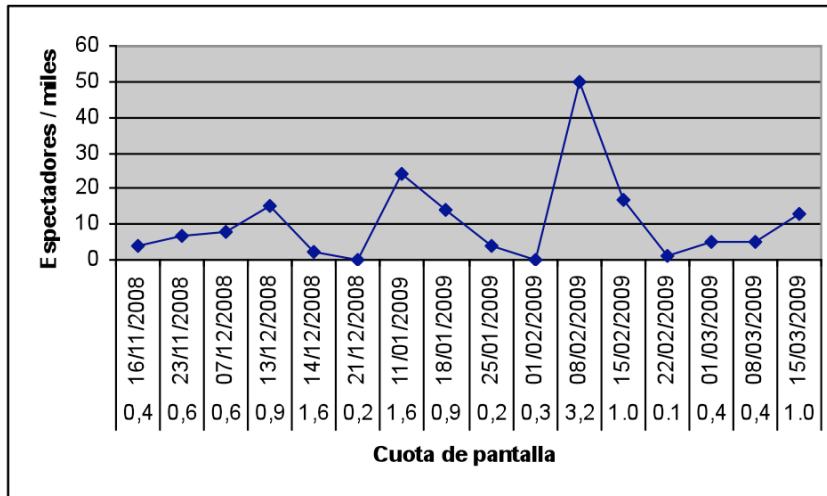


Gráfico.2. Elaboración propia. (Datos RTVV)

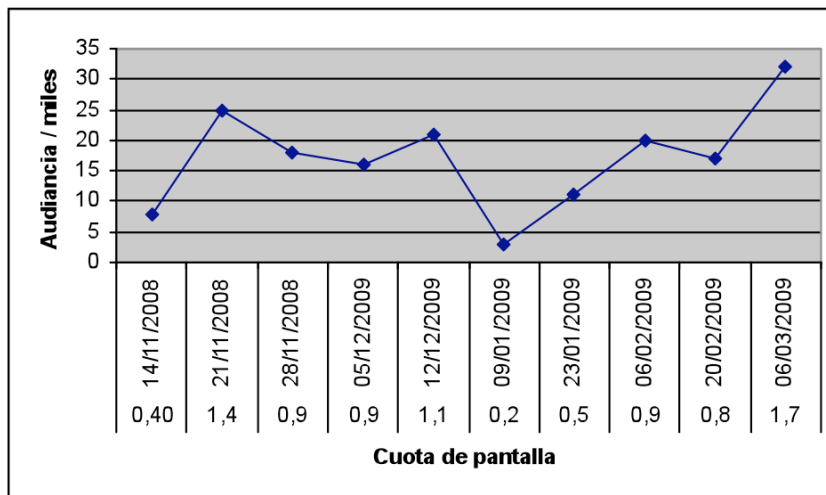
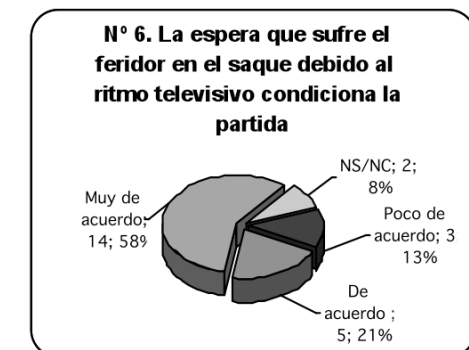
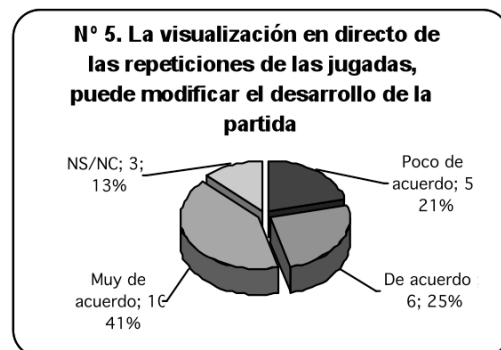
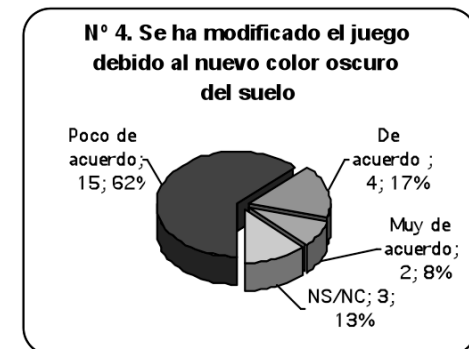
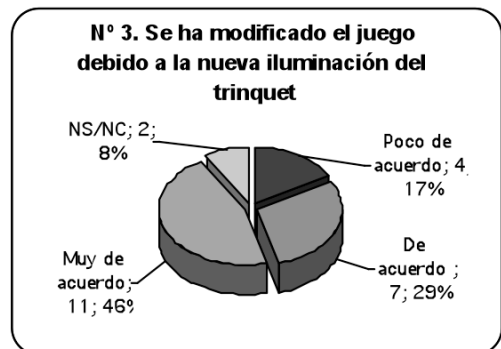
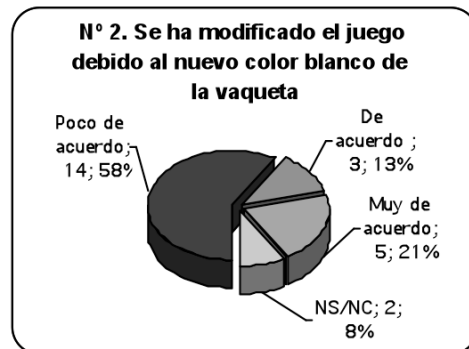
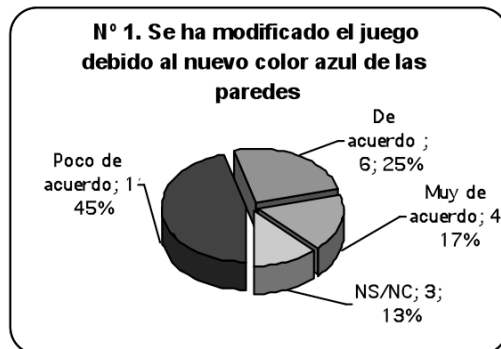
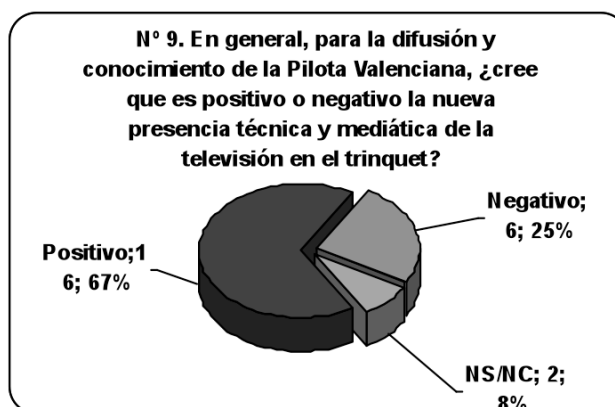
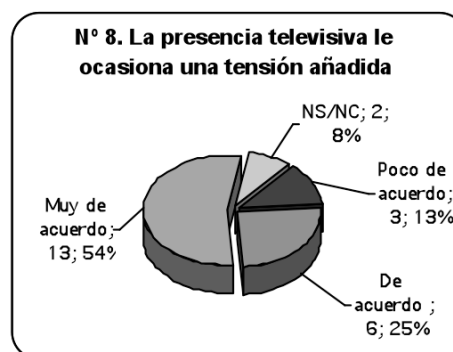
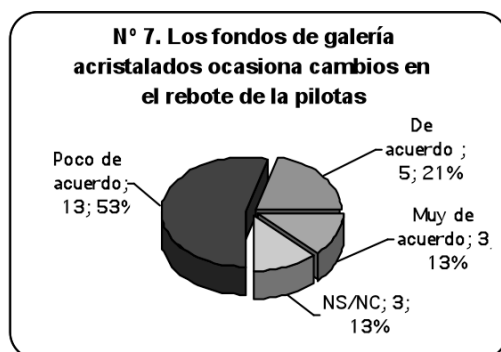


Gráfico.3. Elaboración propia. (Datos RTVV)

Con respecto a las opiniones de los actores involucrados en las retransmisiones, los *pilotaris*, se han obtenido estadísticas derivadas de las opiniones vertidas por los propios jugadores profesionales que han intervenido en partidas televisadas en el mediatizado trinquet de Genovés. Durante las partidas de *escala i corda* celebradas desde el 14 de noviembre de 2008 al 6 de marzo de 2009, un total de 10 partidas celebradas por los 24 pilotares más importantes del deporte valenciano de la pelota, han valorado en el mismo trinquet y minutos antes del comienzo del encuentro, las siguientes afirmaciones (del 1 al 9) que *a priori* presuponen aspectos negativos a la mediatización del juego;





6. Conclusiones.

Desde las propuestas iniciales de la investigación se consideraba que la mediatización sistemática de una expresión cultural arraigada como es el caso de la Pilota Valenciana podía implicar una transformación de la identidad propia y cambios en las valoraciones culturales y narrativas tradicionales de esa manifestación popular, “con el desarrollo de los medios, la naturaleza de ese conjunto preexistente de materiales simbólicos pueden verse afectados de manera significativa, lo que puede tener implicaciones en el proceso de formación de la identidad” (Thompson, 1998: 246).

Si bien demostrar que la transformación de la tradición y de los bienes simbólicos está vinculado de manera fundamental con el desarrollo técnico y espectacular de los medios de comunicación es de una enorme dificultad, sí que es posible considerar de forma empírica que la mediatización está produciendo el declive de la autoridad tradicional y ocasionando profundos cambios en la acción, cambios de naturaleza en la medida en la que los individuos depositan su confianza en las nuevas tradiciones mediáticas, desubicando modelos tradicionales de formación de identidad. En definitiva, podemos considerar que el hecho de compartir un nuevo escenario mediático común está produciendo una renovación de la tradición con un grado de eficacia que supera cualquier intento del pasado. Es indudable que expresiones de alta tecnificación en la realización audiovisual presenta a la espectacularización como un parámetro de calidad

válido para la consideración oportuna de la audiencia. Pero, según los datos de audiencia obtenidos referentes a diversos trinquets con una inmersión mediática y espectacular mínima, frente a un verdadero *set* audiovisual como es el trinet de Genovés no avala tal afirmación, y por ello son aspectos empáticos los que pueden estar condicionando la audiencia de forma explícita. Las cuotas de pantalla media obtenidas, en el primer caso de 0'837 frente a las retransmisiones desde el mediatizado trinet de Genovés de 0'884, no muestran diferencias que justifique la producción de una realización con grandes elementos espectaculares y que modifiquen el transcurso natural del juego. En este sentido, serían los propios jugadores como sujetos y agentes del proceso de activación y de la conservación patrimonial, los capacitados para valorar si los condicionamientos exógenos han alterado el desarrollo del juego, y si esa presencia ha sido aceptada o no.

De las gráficas obtenidas a partir de las ocho preguntas realizadas a los pilotaris presentes en el Genovés, se demuestra que no hay un rechazo colectivo a las modificaciones efectuadas por la producción televisiva en el espacio de juego, sino que únicamente cambios que producen molestias directas en la actividad deportiva como es la iluminación y esperas en el saque son claramente rechazados. En definitiva, de forma generalizada tal y como muestran los resultados de la pregunta nº 9 se percibe como positivo la incursión de la televisión en el hermético y clásico trinet.

7. Bibliografía

BARDIN, Lawrence (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

BLANCO, Joseph Maria (2001). “*Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático*”. Zer. Revista de estudios de comunicación. Nº 11 de noviembre de 2001. [Consultado El: 19/012/2008]

CASTELLS, M (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol 2. El poder de la identidad. Madrid: Alianza Editorial.

GONZÁLEZ, Manuel.E (2004). “*El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España*”. Revista española de sociología. Nº 4. [Consultado El: 02/09/2007]

GUIBERNAU, M (1996). *Los nacionalismos*. Barcelona: Ariel

HERNÁNDEZ, G.M; SANTAMARÍA, B; MONCUSÍ, A; ALBERT, M. (2005). *La memoria construida. Patrimonio cultural y modernidad*. Valencia: Tirant lo Blanch.

KRIPPENDORFF, Klaus (1997). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

MORAGAS i Spà, M. (2007). “*Comunicación y deporte en la era digital*”. Barcelona: Centre d’Estudis Olímpics UAB. [Consultado El: 20/01/2009]

THOMPSON, John. B (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.