

INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN DEPORTIVA: UNA DISCIPLINA EN AUJE ACADÉMICO

Dr. Francisco-Javier HERRERO-GUTIÉRREZ  <http://orcid.org/0000-0002-1362-7406>
Profesor asociado – Universidad de Salamanca (España) – javiherrero82@usal.es

Dr. Hilario-José ROMERO-BEJARANO  <http://orcid.org/0000-0002-8117-0874>
Investigador – Universidad de Sevilla (España) - hromero83@hotmail.es

Coordinadores del monográfico

BIBLID [(2172-9077)10,2015,07-08]

Hasta hace apenas tres décadas, la comunicación deportiva había estado infravalorada, no sólo en el ámbito académico, sino también incluso en el profesional. Desde entonces y hasta nuestros días parece haber obtenido un grado de interés, a nuestro entender, más acorde a nuestros tiempos, dado el respaldo que el deporte tiene entre los aficionados, por no hablar del volumen de negocio que esto supone. La gente reclama deporte y, en consecuencia, quiere estar informado: la gente reclama comunicación deportiva.

Y el auge en la demanda de este periodismo especializado ha repercutido más allá de lo profesional y ha animado a académicos a comenzar a tratar esta información desde un punto de vista científico dentro de las Ciencias Sociales. Cada con más frecuencias se defienden tesis doctorales que giran en torno al deporte y a la comunicación deportiva. Cada vez son más los textos científicos que abordan al deporte y a la comunicación deportiva desde un punto de vista diferente al profesional.

Estos hechos nos animaron a proponer este monográfico, que creemos que ha tenido una gran acogida entre los potenciales autores y que esperamos que sea de interés para los lectores, quienes se podrán encontrar con hasta un total de 11 artículos relacionados con esta disciplina del Periodismo y de la Comunicación especializada en deporte.

El lector podrá leer textos diversos relacionados con los derechos de retransmisión de los eventos deportivos así como de las propias transmisiones

de competiciones o el tratamiento informativo que del deporte se hace en televisión, también incluida aquí la información en noticieros o telediarios.

En los artículos están presentes también las sinergias del nuevo periodismo deportivo en torno a los nuevos soportes que Internet nos ha proporcionado en los últimos años y el sinfín de posibilidades que éstos están facilitando.

No se han olvidado los autores que firman artículos del monográfico de abordar temas como la utilización del deporte como fortalecimiento de marca, no sólo a nivel de clubes sino también de los propios medios de comunicación; o la propia mitificación de deportistas, prácticamente como marca de un país.

Tampoco faltan estudios sobre la prensa deportiva, que tanta incidencia tiene en algunos países, o la conjugación del deporte con otras variables no deseables pero que también están presentes en el deporte, tales como la violencia, en el deporte en sí, o la censura, en el ámbito de la comunicación deportiva.

En definitiva, es un amplio abanico de textos que esperamos que sean del agrado del lector. Son investigaciones que han superado con éxito una evaluación ciega por pares y, por ello, también queríamos mostrar nuestro agradecimiento a los revisores que, de forma desinteresada, nos han ayudado a evaluar los múltiples textos que hemos recibido. Y también dar las gracias a aquellos autores que mostraron su interés en publicar dentro de este monográfico pero que no superaron dicha evaluación.

No nos gustaría finalizar esta presentación sin remarcar nuestra más firme intención de que este monográfico sea el prelude de otros muchos. El mundo profesional lo reclama y la Academia, también.