

EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN Y DEPORTE



La descripción del deporte como fenómeno comunicativo de gran carga simbólica se remonta a sus orígenes. Según Billings (2010), las primeras referencias escritas sobre el deporte son anteriores a Cristo, destacando en las culturas griegas. Pero nos concierne aquí referirnos a la importancia económica del deporte dentro de la comunicación de masas, que comienza a ser descrita en las primeras décadas del siglo XIX en Estados Unidos. Billings (2010) encuentra publicados resultados deportivos en medios de comunicación de la década de 1830, que aparecían “acompañados de relatos de los eventos y luego los distribuían a las masas”. Pero esta sección de deportes dentro de los periódicos generalistas no gozaba de una gran valoración, sino que era denominada desde otras secciones informativas como el “departamento de juguete”. Esta situación fue cambiando conforme los periódicos notaron el alto seguimiento por parte de los lectores de la sección deportiva, “especialmente de clase media, y esto fue crucial para conseguir ingresos de publicidad”.

También Paniagua (2003) apoya el papel del deporte a lo largo de la historia del periodismo como “una de las facetas de la actualidad más atractivas para lectores, oyentes y espectadores”, lo que ha permitido que la información deportiva sea una de las especializaciones periodísticas “con una mayor antigüedad como parcela potenciadora de la difusión de un medio (...) desde que Hearst, a finales del siglo XIX, se dedicara a reclutar campeones deportivos para que escribieran en su New York Journal”.

La evolución tecnológica de los medios de comunicación ha influido siempre sobre el deporte, pero varios autores (Billings, 2010; Moragas, 2008) resaltan cómo la televisión supuso un cambio trascendental. Así, Moragas (2008) relata cómo la relación entre deporte y comunicación (imagen, fotografía, cine, prensa) ha sido una constante en el último siglo, desde la reinstauración de los Juegos Olímpicos modernos en 1894, destacando que “primero la fotografía y el cine, posteriormente la radiodifusión y, finalmente, un medio que debía transformar las condiciones del deporte: la televisión”.

Y tras la televisión, ha sido internet el medio de comunicación que ha provocado un nuevo punto de inflexión en la relación entre comunicación y deporte, como señalan diversos autores. Por ejemplo, Moragas (2008) describe cómo la aceleración de los cambios tecnológicos propia del siglo XXI ha desembocado en una nueva etapa “pasando del estadio de la colaboración entre comunicación y deporte a un nuevo estadio de plena integración, con múltiples sinergias”. Por tanto, se debe entender la existencia de una interacción de doble sentido, ya que el deporte ejerce una influencia sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías y formatos de la comunicación, a la vez que los cambios en el proceso de la comunicación influyen sobre la evolución del deporte.