

Recibido: 17-9-2015

Aceptado: 15-10-2015

ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO DEL JUEGO DE BOLOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. UN ESTUDIO DE CASO: BOIRO

ANALYSIS OF THE TREATMENT OF THE GAME OF SKITTLES IN THE MEDIA. A CASE STUDY: BOIRO.

Autor:

Rodríguez Fernández, José Eugenio⁽¹⁾; Pazos Couto, José María⁽²⁾; Palacios Aguilar, José⁽³⁾

Institución:

⁽¹⁾Universidade de Santiago de Compostela. geno.rodriguez@usc

⁽²⁾Universidade de Vigo. chema3@gmail.com

⁽³⁾Universidade da Coruña. palacios@udc.es

Resumen:

El juego de bolos constituye una de las prácticas lúdicas ancestrales más practicadas en el municipio coruñés de Boiro, donde sigue vigente gracias al apoyo del Servicio Municipal de Deportes y a la labor de los propios jugadores. El apoyo de los medios de comunicación es fundamental para dar a conocer e informar a la ciudadanía de la promoción del juego de bolos que se está realizando en la localidad. Empleando una metodología cualitativa, hacemos uso de la entrevista personal para conocer de mano de los técnicos de los medios de comunicación con mayor difusión en la localidad el tratamiento que se hace del juego de bolos en los medios y como éstos pueden colaborar en el proyecto de recuperación y promoción del juego de bolos en Boiro. Los resultados del estudio resaltan la escasez de noticias relacionadas con el juego de bolos a favor de otras relacionadas con los deportes de masas y con aquellos donde la competición regular ofrece un marco de generación constante de noticias de ser contadas por los medios.

Palabras Clave:

Educación física, juegos populares y tradicionales, prácticas lúdicas.

Abstract:

The game of skittles is one of the most commonly practiced ancestral pastime games in the Coruñan town of Boiro, that today is in practice thanks to the support of the Municipal Sports Service and from efforts of the players themselves. The support of the media is crucial to raise awareness and inform the public of the promotion that is currently going on for the game of skittles in the area. Using a qualitative methodology, we make use of personal interviews to learn firsthand the techniques that the media employs to reach the greatest number of people, and to see how treatment that skittles receives in the media can be used in collaboration with efforts to revive and promote the game of skittles in Boiro. The study results highlight the shortage of skittles related media, while the media favors articles about more mainstream sports and those where the regularity of competitions provides a framework of constant generation of news to be told by the media.

Key Words:

Physical education, popular and traditional games, recreational practices.

1. INTRODUCCIÓN

Desde su aparición, los medios de comunicación han influido permanentemente en la sociedad, modificando sus modos de vida, sus elecciones, el consumo o incluso la opinión pública. Hoy en día constituyen una herramienta eficaz que permiten establecer una conexión de comunicación con los distintos sucesos a nivel político, social, cultural o deportivo, entre otros. Se han incorporado rápidamente en nuestra sociedad y su importancia es cada vez mayor, sobre todo por la influencia que tienen en la ciudadanía, en su forma de actuar y de pensar o incluso en la forma de entender la realidad que nos rodea (Rayas, 2012).

La influencia mediática del deporte (González, 2004^a) no escapa a los intereses de los medios de comunicación, que observan como el papel del deporte en la sociedad contemporánea (Frideres y Palao, 2006) trasciende con mucho el ámbito de la actividad física para implicar, decididamente, el ámbito de la cultura cotidiana con el deporte espectáculo (Moragas, 1994).

El deporte es uno de los fenómenos más populares de nuestro tiempo y sus protagonistas, los deportistas, constituyen fuentes inagotables de personajes y de argumentos para los medios de comunicación modernos (Moragas, 2003). Pero no todas las actividades deportivas tienen el mismo tratamiento. Nos encontramos también con actividades sin ese nivel de formalidad que caracteriza al deporte, como son los juegos populares y tradicionales, el deporte para todos o incluso el deporte en edad escolar, que parece estar situado fuera del deporte espectáculo (González, 2004^b) que tanto llama la atención a seguidores y espectadores.

Los juegos populares y tradicionales, quizás los más antiguos, que provienen de generaciones anteriores (Moreno, 1992) y que por su bajo nivel de práctica se conservan hoy en día gracias básicamente a la tradición oral (Lavega, 2002), forman parte de ese tipo de actividades con gran valor cultural (Veiga, 1998; Vigne, 2011) que guardan un gran valor intrínseco y que los propios participantes valoran en gran medida.

Pero la importancia que se le otorgan a estas prácticas no traspasa la frontera de lo cotidiano y no llega a los medios de comunicación, excepto aquellos que derivaron en deporte de competición y cuentan con un gran apoyo de las instituciones públicas, como es en el caso de comunidades como Asturias, Cantabria o País Vasco (Rodríguez, Pazos y Palacios, 2014^a; Torre, 2013).

El juego de bolos es quizás uno de los juegos populares y tradicionales más practicados en España (Expósito, 2006; Lavega, 1996 y 2000^a; Moreno, 1992; Ruiz, 2000), pero salvo las comunidades autónomas citadas anteriormente, donde disfruta de un tratamiento prioritario a nivel social, cultural, educativo, político y en los medios de comunicación (se transmiten habitualmente partidos de bolos por televisión), en el resto del país no cuenta con el apoyo necesario para convertirlo en una práctica habitual de ocio y tiempo libre de la ciudadanía.

A nivel comarcal o local, el tratamiento de los juegos populares y tradicionales en los medios de comunicación tampoco difiere en gran medida de lo que nos podemos encontrar en medios de cobertura regional o nacional.

El juego de bolos en la localidad coruñesa de Boiro, una actividad con gran valor histórico y cultural en este municipio (Rodríguez, 2013) es un ejemplo de ello. Su presencia en los medios de comunicación es anecdótica en relación a los valores que engloba y a la importancia que tuvo en el pasado y que todavía mantiene hoy en día, siendo el único municipio de toda la provincia de A Coruña donde sigue vigente este juego popular y tradicional (Rodríguez, Pazos y Palacios, 2014^b y 2015^b).

Por eso, nos planteamos este trabajo con el objetivo de analizar la relación que tienen los medios de comunicación locales y el juego de bolos en cuanto al desarrollo de este juego popular y tradicional en Boiro. Asimismo, estudiamos el papel que deberían tener estos medios de comunicación en la promoción, difusión y consolidación de estas prácticas ancestrales en la localidad.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se realizó una revisión bibliográfica sobre la temática del juego de bolos en Boiro. Se analizaron las bases de datos de Teseo, ISBN, Iacobus, Dialnet, Sport Discos y WOK. De los 4.515 documentos encontrados sobre la temática del juego de bolos y, en general, sobre los juegos y deportes populares y tradicionales, no se encontró ningún documento que hiciese relación al juego de bolos en Boiro.

Se realizó una revisión de prensa escrita de época (*El Ideal Gallego, Pueblo Gallego y Faro de Vigo*) entre los años 1920-1936, época donde el juego de bolos gozaba de mayor esplendor. En este intervalo de tiempo no se encontró ninguna noticia relacionada con el juego de bolos ni con nada relacionado con los juegos populares y tradicionales.

Se procedió con una nueva revisión de prensa escrita, en este caso, del diario La Voz de Galicia, el de mayor difusión en la comarca, desde finales de los años 80 hasta la actualidad. En este período, destacan 4 noticias relacionadas con el juego de bolos en Boiro (tres del año 1990 y una del año 1991) y, sobre todo, a partir del año 2000, donde el Servicio Municipal de Deportes de Boiro comienza a promocionar los juegos populares y tradicionales en los centros de enseñanza del municipio.

A partir del año 2006 aparecen noticias relacionadas con el juego de bolos (recuperación y acondicionamiento de antiguos campos de bolos) y, sobre todo, a partir del año 2008, fecha en la que se pone en funcionamiento la liga de bolos tradicionales *Pedra Boleira* en el municipio.

3. METODOLOGÍA

Diseño

Se realiza un estudio cualitativo (Canales, 2006; Tójar, 2006) de carácter descriptivo (Corbetta, 2007), donde la entrevista personal (de tipo

A nivel deportivo Boiro ha experimentado un avance sustancial. Si nos centramos en los resultados deportivos, vemos como en el año 2014 varios deportistas locales consiguieron victorias en campeonatos regionales, de España e, incluso, de Europa, además de contar con jóvenes deportistas que forman parte de los equipos nacionales como remo, piragüismo, voleibol, taekwondo o ruyby.

A nivel educativo, Boiro cuenta con una población escolarizada de 2.500 alumnos, repartidos en cuenta con 6 Centros de Educación Infantil y Primaria (CEIP), 2 escuelas de Educación Infantil y 3 Institutos de Educación Secundaria.

Muestra

Para confeccionar la muestra se seleccionaron los medios de comunicación con más difusión en diferentes ámbitos, tanto en el municipio de Boiro como, en general, en toda la comarca:

- Prensa escrita. Diario La Voz de Galicia (edición Barbanza).
- Televisión comarcal (Telesalnés).
- Radio (Radio Voz – Radio Boiro).

De estos medios se seleccionaron a los técnicos responsables de la sección de deportes de cada uno de ellos, y el director de uno de esos medios que, además de deportes, cubre información general. De este modo, se realizaron 4 entrevistas.

Procedimiento

Se seleccionó al grupo de entrevistados en base a su relación directa con el ámbito de deportes de sus respectivos medios de comunicación y éstos, a su vez, en función de la difusión y seguimiento que tuvieran en la localidad y, en general, en toda la comarca.

Se realizaron las entrevistas de forma individual, grabadas en audio y video para su posterior análisis. Una vez transcritas las entrevistas, se procedió con la reducción cualitativa de información, agrupándola por temas y procediendo finalmente con la definición de categorías (ver tabla 1).

Tabla 1. Categorías objeto de estudio.

Categoría	Denominación	Contenido
1	Tratamiento e importancia del juego de bolos en los medios de comunicación	Que tratamiento e importancia recibe el juego de bolos por parte de los medios de comunicación
2	Causas del escaso tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación	A que achacan los técnicos la escasez de noticias del juego de bolos en sus medios de comunicación
3	Importancia del juego de bolos para la sociedad	Si los técnicos consideran el juego de bolos como una actividad interesante para la ciudadanía y por qué
4	Diferencia de tratamiento del juego de bolos con otros deportes	Que tratamiento informativo recibe el juego de bolos en relación a deportes de masas como fútbol o baloncesto, por poner dos ejemplos
5	Importancia de los medios de comunicación en la promoción del juego	Cómo pueden influir los medios de comunicación en la promoción del juego de bolos para recuperar y fomentar más este juego en la localidad
6	Causas del decaimiento del juego de bolos	Razones por las que el juego de bolos, que gozó de una gran actividad en el pasado, fue decayendo en práctica y seguimiento en la localidad

Procedencia del estudio

Este trabajo procede de un estudio de investigación más amplio, completado en forma de tesis doctoral, titulada "O xogo dos bolos en Boiro: aspectos históricos, estado actual de práctica e perspectivas de futuro" leída en la Universidad de A Coruña en septiembre de 2013.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la **categoría 1** (*tratamiento e importancia del juego de bolos en los medios de comunicación*) (ver tabla 2) destacan dos tipos de respuestas: el 50% de los

entrevistados indican que el tratamiento que se hace en su medio del juego de bolos es escaso (p.e.: MC1: “*pues la verdad es que es un tratamiento bastante escaso, lamentablemente...*”), mientras que el otro 50% indica que se publican o difunden noticias del juego de bolos únicamente cuando hay algún tipo de competición (p.e.: MC3: “*de este deporte pues pequeñas noticias relacionadas con algún torneo que se realice puntualmente en verano o algo así...*”).

Tabla 2. Categoría 1. Tratamiento e importancia del juego de bolos en los medios de comunicación.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
Escaso	2
Sólo cuando hay algún tipo de competición	2

De la revisión realizada sobre noticias del juego de bolos, coincidimos con lo que expresan los técnicos de los medios de comunicación analizados. Y creemos que es así en gran parte por la escasez de actividad que se registra en la localidad.

En la época en la que se desarrolla la *Liga de Bolos Tradicionais Pedra Boleira* organizada por el Servicio Municipal de Deportes del Ayuntamiento de Boiro, los medios de comunicación aprovechan las noticias que se le remiten desde el ente público para informar del avance de la competición o de las novedades más salientables. El resto del año, la aparición de noticias en los medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) relacionadas con los bolos es, prácticamente, inexistente.

En la **categoría 2** (*causas del escaso tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación*) (ver tabla 3) unas respuestas (25%) inciden en que los bolos tienen poco peso en el espacio informativo porque priman en este momento otras disciplinas deportivas que tienen más interés para la ciudadanía (p.e.: MC2: “*tienes que comprender que en la información deportiva local priman otras disciplinas que tienen más éxito, tienen más practicantes, como*

puede ser el remo, sobre todo traineras, trainerillas o bateles y, por supuesto, el fútbol, sin olvidarnos de otras disciplinas que se están proporcionando éxitos a Boiro, como pueden ser el baloncesto o el voleibol"); y otras respuestas (25%) indican que el escaso tratamiento del juego de bolos en los medios es debido a que no tienen, quizás, la importancia que tuvieron en un pasado, siendo hoy en día una práctica más bien testimonial y anecdótica (p.e.: MC3: "hoy en día los bolos no tienen a lo mejor la representatividad que debería tener o tuvieron en un pasado").

Tabla 3. Categoría 2. Causas del escaso tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
Porque priman otras disciplinas	1
Porque no tienen la importancia que tuvieron en el pasado	1
Ns/Nc	2

Pensamos que los responsables de los medios de comunicación, en estos momentos, se centran en las noticias que la sociedad demanda, las que tienen un mayor impacto en la ciudadanía. Y, en este caso, el juego de bolos en Boiro no cuenta con esa virtud, ya que otros deportes locales cuentan con una mayor aceptación en práctica y seguimiento y, por tanto, eso es lo que quieren informar y transmitir a la gente.

Como los propios entrevistados afirman, si el juego de bolos gozara de otro nivel de práctica, seguramente tendría una mayor presencia en los medios de comunicación. En este caso, su labor está centrada en proporcionar información, no en buscar un objetivo de promoción o divulgación de una actividad que busca hacerse un hueco entre el tiempo libre de los ciudadanos.

En la **categoría 3** (*importancia del juego de bolos para la sociedad*) (ver tabla 4) la totalidad de las respuestas (100%) hacen referencia a que el juego de bolos es interesante y relevante para la sociedad, aspecto en el que incide

positivamente los intentos del Servicio Municipal de Deportes por retomar la actividad bolística en los campos de bolos de Pomardorrío y Triñáns, y que poco a poco empiezan a generar noticias en los medios de comunicación (p.e.: MC4: *“realmente si, porque es una actividad que se está intentando recuperar y que poco a poco debería calar entre la gente”*).

Tabla 4. Categoría 3. Importancia del juego de bolos para la sociedad.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
El juego de bolos es interesante y relevante para la sociedad	4
Es importante en cuanto a la recuperación de las tradiciones	3

Otra porcentaje importante de respuestas (75%) inciden en que el juego de bolos es importante para la sociedad en cuanto a la recuperación de las tradiciones, al conocimiento de las costumbres que tenían los boirenses antiguamente y, en definitiva, a la cultura del ocio y tiempo libre que se tenía en la localidad (p.e.: MC2: *“desde el punto de vista de recuperar una tradición pues si, desde el punto de vista para saber realmente como eran nuestras costumbres de hace años...”*).

A pesar de que los técnicos de los medios de comunicación consideran que el juego de bolos es interesante y relevante para la sociedad, este aspecto no es suficiente para hacerse un hueco en su espacio de información deportiva. Pero es de destacar esta afirmación, ya que ven con buenos ojos que esta actividad se promoció entre la ciudadanía, porque implica acercarse a las tradiciones y, una vez que se haga, reúne todas las condiciones para que desde los medio se haga un tratamiento adecuado, encaminado a su promoción y difusión en la localidad.

En la **categoría 4** (*diferencia de tratamiento del juego de bolos con otros deportes*) (ver tabla 5) la totalidad de las respuestas (100%) señalan que en las noticias que se publican en sus respectivos medios priman los deportes de masas (p.e.: MC3: *“hoy en día hay deportes que mueven masas diría yo de*

primer nivel, como pueden ser el fútbol o el baloncesto, que copan prácticamente la sección de deportes de la mayoría de los diarios o en la mayoría de las televisiones locales o en las radios locales”).

Destacan también las respuestas (75%) que afirman que el juego de bolos es un deporte minoritario (p.e.: MC1: “el deporte de los bolos digamos que es minoritario con respecto a este tipo de deportes que yo te acabo de nombrar”), por lo que la preferencia en las noticias deportivas en los medios de comunicación locales es para los deportes que en la actualidad tienen más tirón entre los ciudadanos: fútbol, baloncesto, voleibol, remo o atletismo. Si a esto le añadimos el poco espacio que se reserva para las noticias deportivas locales, podemos darnos de cuenta del escaso tratamiento que tiene el juego de bolos en estos medios de comunicación.

Tabla 5. Categoría 4. Diferencia de tratamiento del juego de bolos con otros deportes.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
Se priman los deportes de masas	4
El juego de bolos es un deporte minoritario	3

Haciendo referencia a la categoría 2, creemos que los medios de comunicación están centrados en difundir la información de aquellos deportes que tienen un mayor seguimiento y practicantes en la localidad. La sociedad demanda una determinada información y los medios sólo se limitan a transmitirla. Sería importante que los propios técnicos se dieran cuenta de la importancia de otro tipo de actividades (como ellos mismos mencionaban en la anterior categoría) y contribuyeran a conseguir otro tipo de objetivos, como puede ser en este caso la recuperación del juego de bolos en Boiro.

En la **categoría 5** (*importancia de los medios de comunicación en la promoción del juego*) (ver tabla 6) las respuestas (100%) destacan la importancia que pueden y deben jugar los medios de comunicación en la promoción y difusión de este juego popular y tradicional, a través de los cuales se puede llegar de Rodríguez Fernández, J.E., Pazos Couto, J.M., Palacios Aguilar, J. (2015). Análisis del 908 tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación. Un estudio de caso: boiro. *Trances*, 7(6):897-916.

una forma más exhaustiva a los boirenses (p.e.: MC4: “los medios de comunicación deberíamos estar precisamente ahí, apoyando e impulsando este tipo de actividades, para que no se pierdan y nuestros hijos y nietos puedan seguir disfrutando de estos juegos al aire libre”).

Pero, al mismo tiempo, el 75% de las respuestas señalan que también es necesario generar más actividad, promover más noticias que, en todo caso, resultan del incremento de la actividad bolística en Boiro (torneos, ligas y exhibiciones) (p.e.: MC1: “pero también depende mucho de la organización, tiene que haber más campeonatos para tener más salida. Lo ideal sería hacer una liga a lo largo de todo el año...”)

Tabla 6. Categoría 5. Importancia de los medios de comunicación en la promoción del juego.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
Hay que apoyar más el juego de bolos desde los medios	4
Es necesario generar más actividad	3

Por los comentarios realizados en los anteriores apartados, creemos que los entes promotores del juego de bolos en Boiro y los medios de comunicación deben llegar a un buen entendimiento. Por un lado, hay que incrementar la actividad bolística par que los medios transmitan más y mejor información a los ciudadanos; pero, al mismo tiempo, los medios deben contribuir desde un principio para informar de actividades que se proponen, colaborando de esta forma a generar más actividad en el municipio.

En la **categoría 6** (*causas del decaimiento del juego de bolos*) (ver tabla 7), destacan las respuestas (75%) que hacen referencia a la irrupción de nuevos divertimientos como principal causa por la que los ciudadanos fueron dejando de jugar a los bolos y adentrándose en otros juegos y divertimientos que, según la época, irían surgiendo (p.e.: MC1: “hablamos de otros divertimientos que tiene la gente”), y también sobresalen las respuestas (75%) que atribuyen a la aparición y auge del fútbol como una de las principales causas por las que el **Rodríguez Fernández, J.E., Pazos Couto, J.M., Palacios Aguilar, J. (2015). Análisis del 909 tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación. Un estudio de caso: boiro. Trances, 7(6):897-916.**

juego de bolos fue decayendo en su práctica con el paso del tiempo hasta llegar a la actualidad (p.e.: MC2: “*primero por la competencia de los grandes deportes...*”).

El 50% de las respuestas subrayan que fue la migración de la población de las aldeas al núcleo urbano, al despoblamiento de la zona rural y al consecuente olvido de las actividades de ocio que se venían desarrollando sobre todo en el monte, como es en este caso el juego de bolos (p.e.: MC2: “*después, algo fundamental, al despoblamiento de la zona rural, a la emigración, a la gente que se marcha de la parroquia y se va a vivir a zonas urbanas*”).

Tabla 7. Categoría 6. Causas del decaimiento del juego de bolos.

Respuesta	N.º de menciones en las entrevistas
Irrupción de nuevos divertimientos	3
Aparición y auge del deporte del fútbol	3
Migración de las aldeas al núcleo urbano	2
Cambios en la sociedad, el progreso en si	1
Falta de interés de la juventud	1
Falta de apoyo institucional	1
Falta de instalaciones adecuadas	1

En menor medida, nos encontramos con respuestas (25%) que atribuyen a la falta de instalaciones adecuadas el paulatino decaimiento del juego de bolos (p.e.: MC4: “*las instalaciones que hay hoy para la juventud no son especialmente relacionadas con las actividades deportivas que están en desuso, como por ejemplo, el juego de bolos*”).

Otras respuestas (25%) culpan a las instituciones públicas de falta de apoyo necesario para que el juego conservara su esencia y su nivel de práctica (p.e.: MC4: “*y a las instituciones*”); otras (25%) ven una notable falta de interés en la juventud (p.e.: MC2: “*...a los chicos de hoy, que les gustan más otras cosas que jugar o practicar esos deportes que practicaban sus padres o sus*”).

abuelos...”); y, por último, otras respuestas con semejante porcentaje (25%), que creen que los cambios ocurridos en la sociedad, fruto del progreso y de la modernidad, fueron los culpables del decaimiento del juego de bolos en Boiro (p.e.: MC4: “*sobre todo a las tendencias que van cambiando...*”).

5. CONCLUSIONES

La tradicional importancia que los participantes y, en general, la propia ciudadanía, otorgaba al juego de bolos, no ha ido acompañada de la difusión en los medios de comunicación o, por lo menos, no se consideraba que estas prácticas cotidianas tuvieran algo de especial para ser noticia en los medios de comunicación. En la actualidad, esto sigue siendo así, excepto por dos motivos:

- Por la novedad de un torneo o competición novedosa, que se sale de la rutina del día a día del juego de bolos.
- Por el sentir moral o ético de contribuir a la recuperación y mantenimiento de una tradición con gran arraigo en el municipio.

Hoy en día, los medios de comunicación, incluso locales, se dejan llevar por las cifras, o sea, ofrecen según la cantidad de gente que demanda cierto tipo de noticias; y estas noticias giran en torno a los deportes más practicados en la actualidad, los que tienen además mayor número de seguidores. Nos referimos a los deportes de masas, que además de contar con un alto número de licencias deportivas (practicantes) arrastran a un gran número de personas (seguidores) a campos y estadios deportivos para presenciar un determinado encuentro.

Y en Boiro ocurre lo mismo que, seguramente, en la mayor parte de los pueblos españoles. El fútbol arrastra todo consigo (participantes, seguidores, instalaciones deportivas, patrocinadores, noticias en prensa, radio y televisión...). No podemos pasar por alto unas cifras que argumentan todo esto: en Boiro hay actualmente 10 campos de fútbol, 14 clubs (deporte base, aficionado, femenino y veteranos) y cerca de 800 licencias federativas.

Por si esto fuera poco, el desarrollo deportivo en el municipio es tal que, en el año 2014, deportes como piragüismo, remo, voleibol, rugby, natación, taekwondo consiguieron numerosos éxitos a nivel nacional e internacional, por lo que la diferencia de tratamiento en los medios de comunicación del juego de bolos en relación a estos deportes es enorme, tal y como indican los propios técnicos entrevistados.

El apoyo de los medios de comunicación es imprescindible para la recuperación, promoción y mantenimiento de una tradición como es el juego de bolos en Boiro. Y es labor de las entidades públicas (Ayuntamiento de Boiro) y privadas (clubs de bolos) generar más actividad en la localidad, sobre todo en forma de torneos y competiciones, formato llamativo para los medios de comunicación y que, por lo tanto, son susceptibles de trasladar noticias del juego de bolos al resto de la ciudadanía.

Se suele relacionar el modernismo y las nuevas tecnologías con el desuso de prácticas ancestrales o juegos tradicionales. Y es cierto que el siglo XXI está marcado, hasta el momento, por la invasión de las nuevas tecnologías digitales y por la rápida divulgación de la información a través de redes sociales (López, 2008). Este hecho, que también atañe al mundo de los bolos, debe aprovecharse para potenciar este tipo de juegos (Torre, 2013) y acercar más la información a la población, colaborando con los medios de comunicación en un cometido sentimental e ilusionante: los juegos populares y tradicionales para hoy y para el futuro.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile: Ed. LOM.
 2. Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
 3. Expósito, J. (2006). *El juego y deporte popular, tradicional y autóctono en la escuela. Los bolos huertanos y bolos cartageneros*. Sevilla: Wanceulen.
- Rodríguez Fernández, J.E., Pazos Couto, J.M., Palacios Aguilar, J. (2015). Análisis del tratamiento del juego de bolos en los medios de comunicación. Un estudio de caso: boiro. *Trances*, 7(6):897-916.

4. Frideres, J.E. y Palao, J.M. (2006). Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿promoción de la actividad física y el deporte?. *Revista Apunts*, 85, 7-14.
5. González, M.E. (2004^a). El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España. *Revista Española de Sociología*, 4, 271-280.
6. González, M.E. (2004^b). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*. Tesis de doctorado. Universidad de A Coruña: Departamento de sociología y ciencia política.
7. Instituto Nacional de Estadística (INE) (2013). *Series de población desde 1996. Cifras oficiales de la revisión del padrón municipal a 1 de enero de 2013*. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do>. Acceso el 9 de marzo de 2015.
8. Lavega, P. (1996). *Del joc a l'esport. Estudi de bitlles al Pla d'Urgell (Lleida)*. Tesis de doctorado. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Lavega, P. (2000^a). *Juegos y deportes populares-tradicionales*. Barcelona: Inde.
9. Lavega, P. (2000^b). *La riqueza motriz y cultural de los juegos de los bolos*. I Congreso Nacional de bolos. Santander, 27-30 de septiembre de 2000.
10. Lavega, P. (2002). *Juegos tradicionales y educación. Encuentro Internacional sobre los juegos. Herencia, transmisión y difusión de los juegos tradicionales. Historia y prospectiva*. Nantes (Francia), 3-5 octubre de 2002. Disponible en http://www.jugaje.com/es/textes/texte_4.php. Acceso el 9 de marzo de 2015.
11. López, G. (2008). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Valencia. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>. Acceso el 18 de marzo de 2015.
12. Moragas, M. (1994). Deporte y medios de comunicación. Sinergias crecientes. *Revista Telos*, 38, p.1. Disponible en

http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_038/index_038.html?cuaderno_central7.html. Acceso el 10 de marzo de 2015.

13. Moragas, M. (2003). *El impacto de internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Universidad Autónoma de Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos.

14. Moreno, C. (1992). *Juegos y deportes tradicionales en España*. Madrid: Alianza.

15. Rayas, R. (2012). *El poder de los medios de comunicación en la sociedad actual*. Artículo de opinión en El sol de Zacatecas. Disponible en <http://www.oem.com.mx/elsoldezacatecas/notas/n2518984.htm>. Acceso el 9 de marzo de 2015.

16. Rodríguez, J.E. (2013). *O estudo do xogo dos bolos en Boiro: aspectos históricos, estado actual de práctica e perspectivas de futuro*. Tesis doctoral. Universidad de A Coruña: Facultad de Ciencias de la Educación y el Deporte.

17. Rodríguez, J.E., Pazos, J.M. y Palacios, J. (2014^a). Costumbres lúdicas en Galicia: el juego de bolos en la etapa final del Camino de Santiago. *Revista MOVIMIENTO*, V. 20, nº4, p. 1397-1421, oct/dic. 2014. Disponible en <http://www.seer.ufgrs.br/index.php/Movimento/article/view/46173/32485>.

Acceso el 6 de marzo de 2015.

18. Rodríguez, J.E., Pazos, J.M. y Palacios, J. (2014^b). El juego de bolos de Boiro: la necesidad de reglamentación de una modalidad de pasabolo atípica en España. *EmásF. Revista Digital de Educación Física*, año 5, nº 28 de mayo-junio de 2014, 17-43. Disponible en http://emasf.webcindario.com/El_juego_de_bolos_de_boiro.pdf. Acceso el 6 de marzo de 2015.

19. Rodríguez, J.E., Pazos, J.M. y Palacios, J. (2015^a). Análisis de la promoción deportiva en el municipio de Boiro (A Coruña): relación entre la gestión deportiva municipal, los clubes deportivos y los resultados deportivos. *EmásF, Revista Digital de Educación Física*, año 6, nº 33, 66-86. Disponible en

<http://emasf.webcindario.com/Análisis de la promoción deportiva en el municipio de Boiro.pdf>. Acceso el 12 de marzo de 2015.

20. Rodríguez, J.E., Pazos, J.M. y Palacios, J. (2015^b). La promoción de juegos populares y tradicionales en los centros de enseñanza primaria del municipio de Boiro (A Coruña). *Revista Sportis, Scientific Technical Journal of School Sport, Physical Education and Psychomotricity*, Vol. 1, nº 1, p. 53-74, enero 2015. Disponible en <http://www.sportis.es/revista/index.php/ScientificTJ/article/view/3>. Acceso el 6 de marzo de 2015.

21. Ruiz, J.G. (2000). *Estudios de los bolos en Asturias: aspectos histórico-culturales, modalidades, elementos y materiales de juego. Estado actual de su práctica*. Tesis de doctorado. Granada: Universidad de Granada.

22. Tójar, J.C. (2006). *Investigación cualitativa. Comprender y actuar*. Madrid: La Muralla.

23. Torre, C. (2013). *El bolo palma: de Trasmiera a Vizcaya*. Beranga-Cantabria: Quinzaños.

24. Veiga, F.M. (1998). *Xogo popular galego e educación. Vixencia educativa e función de identificación cultural dos xogos e enredos tradicionais* (Tesis de Doctorado). Universidad de Santiago de Compostela: Departamento de Didáctica y Organización Escolar.

25. Vigne, M. (2011). Las actividades tradicionales de ocio como reflejo de una sociedad. *Revista Científica Digital Acción Motriz*, 7, 62-76. Disponible en <http://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/amotriz/id/27>. Acceso el 6 de marzo de 2015.

