

An analysis of the practice, knowledge, and perception of Valencian Pelota in Valencian society

Análisis de la práctica, el conocimiento y la percepción de la Pelota Valenciana en la sociedad Valenciana

Guillermo Sanahuja-Peris^{1*}, Víctor Agulló-Calatayud²

¹ Universitat Jaume I, España.

² Universitat de València, España.

* Correspondence: Guillermo Sanahuja-Peris; gsanahuj@uji.es

ABSTRACT

In the Comunitat Valenciana an autochthonous modality called "Valencian Pelota" is played, which nowadays tries to compete in terms of players and audience with the major global sports. This study aimed to find out the current situation of this sport in terms of practice, knowledge and perception by Valencian society. The methodology consisted of a combination of quantitative and qualitative techniques. A total of 1,468 surveys were carried out across three study universes. In addition, 4 focus groups and 33 in-depth interviews with representatives of interest groups served to contrast the data obtained and to discuss, in a dialogical process, the situation and challenges of this sport. The most important findings of this study showed that "Valencian Pelota" maintains an acceptable level of practice within its own territory: 14.6% of Valencians have played it at least once, with 28.8% of those under 35 standing out, clearly reflecting the impact of the educational program "Pilota a l'escola." Awareness is also relatively positive, with 21.6% of the general population having a medium level of knowledge and 7.1% having a high or very high level of knowledge. These figures, compared with other studies on the level of practice and sports participation, show that pelota in the Valencian Community is positioned somewhere between minority sports and mainstream sports.

KEYWORDS

Traditional Sport; Valencian Pelota; Niche Sport; Strategy; Cultural Value

RESUMEN

En la Comunitat Valenciana se juega a una modalidad autóctona denominada «pilota valenciana» que en la actualidad trata de competir en practicantes y audiencia con los grandes deportes de carácter global. La presente investigación pretende conocer la situación actual de este deporte en materia de práctica, conocimiento y percepción por parte de la sociedad valenciana. La metodología consiste en una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas. Se realizaron 1.468 encuestas a través de tres universos de estudio. Además, 4 grupos de discusión y 33 entrevistas en profundidad a representantes de grupos de interés han servido para contrastar los datos obtenidos y debatir, en un proceso dialógico, sobre la situación y desafíos de este deporte. Los hallazgos más importantes de esta investigación muestran que la "pilota valenciana" mantiene un nivel aceptable de práctica dentro de su propio territorio: el 14,6 % de los valencianos la han jugado al menos una vez, destacando el 28,8 % de los menores de 35 años, lo que refleja claramente el impacto del programa educativo "Pilota a l'escola". La concienciación también es relativamente positiva, con un 21,6 % de la población general que posee un nivel medio de conocimiento y un 7,1 % que tiene un nivel alto o muy alto. Estas cifras, comparadas con otros estudios sobre el nivel de práctica y seguimiento deportivo, muestran que la pelota en la Comunidad Valenciana se sitúa en algún punto intermedio entre los deportes minoritarios y los deportes principales.

PALABRAS CLAVE

Deporte Tradicional; Pilota Valenciana; Deporte de Nicho; Estrategia; Valor Cultural

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Los Deportes Tradicionales en el Mundo Global

El estudio de las antiguas culturas de Egipto, Grecia, Persia, China o diferentes pueblos precolombinos revelan la práctica común de juegos de pelota que se golpeaban con la mano (Diem, 1966). El imperio romano, en su expansión, llevó la herencia griega por muchos rincones de Europa. Siglos más tarde, la pelota llegó al territorio que hoy se conoce como Comunitat Valenciana de manos de los repobladores cristianos (Millo, 1976).

A lo largo de su historia, este juego ha vivido momentos de esplendor y notable influencia social especialmente entre los siglos XVI y XIX. A partir de la segunda mitad del siglo XX, empieza su declive por las transformaciones sociales con el surgimiento de una mayor oferta de ocio y la

emergencia de los deportes anglosajones de carácter global (Agulló-Albuixech & Agulló-Calatayud, 2009). Sin embargo, las dos últimas décadas del pasado siglo sirvieron para completar un proceso de «deportivización» (Elias & Dunning, 1992) en el cual el «juego» se convirtió definitivamente en deporte en el marco de las sociedades avanzadas, con el telón de fondo de los procesos de urbanización y el paso de la economía basada en el trabajo manual a la producción fabril, donde brotó la versión del deporte que conocemos actualmente (Quitán, 2013).

En la actualidad, si bien la pelota valenciana ya no es el deporte hegemónico del pueblo valenciano ni a nivel de práctica o seguimiento público como aconteció hasta la segunda década del siglo XX (Agulló-Calatayud & Castillo, 2013) cuenta con un circuito profesional donde participan cerca de 50 deportistas de élite según la Fundació de la Comunitat Valenciana per la Pilota Valenciana (funpival.com), la mitad de ellos profesionales, compitiendo en 300 partidas en el año, de las cuales se transmiten más de un centenar en directo en el canal de televisión autonómico y otras vías mediante plataformas de *streaming*. A nivel amateur y de base, existen 1.779 fichas federativas de acuerdo con los datos de la Federació de Pilota Valenciana (FPV) en 2022, 250 de ellas de mujeres, colectivo que ha entrado con fuerza en los últimos años. El programa de promoción sobre este deporte que impulsa el gobierno valenciano (Direcció General de Deportes de la Generalitat Valenciana) entre escolares contó en 2019 con 22.156 alumnos en 626 centros escolares, que se complementan con 108 clubes y 97 escuelas municipales.

En el ámbito internacional, existen competiciones organizadas por la «Confédération Internationale du Jeu de Balle» (Cijb.info) que aglutina federaciones de 14 países, movimiento en el cual se enmarca la «pilota valenciana». El origen ancestral del juego hace que en cada territorio se juegue con unas características propias de su idiosincrasia recibiendo una denominación local y tradicional, pero que a nivel internacional convergen en unas modalidades comunes de pelota a mano: *les llargues*.

El encaje de la «pilota valenciana», de un deporte tradicional y de nicho, en un mundo globalizado, no es sencillo. El deporte concebido como actividad física, lúdica y recreativa, convive con otro deporte que, si bien tiene un mismo origen y comparte sus valores y principios, presenta otra dimensión muy diferente: el deporte mediático y global (Coakley, 2015). El deporte constituye una de las expresiones más potentes de la Modernidad, un referente cultural de primer orden cuyos contenidos impactan significativamente en los medios de comunicación a escala global. Tanto a nivel de derechos audiovisuales (Alcolea-Díaz & García-Santamaría, 2019) como de materia prima informativa (Herrero Gutiérrez, 2019), las competiciones deportivas, principalmente, vinculadas a los

deportes de masas como fútbol, baloncesto, *motorsport* o tenis representan una fuente inagotable de modelos de representación (Llopis-Goig, 2016) y se constituyen en referentes culturales. Del mismo modo, el deporte de masas tiene una dimensión social y económica (Parra-Camacho et al., 2021) que impacta en las rentas de los territorios a partir de una proyección turística (Añó et al., 2012; Pérez-González et al., 2021) y mediática.

Por otra parte, el proceso de globalización se ha analizado desde hace décadas con diferentes ópticas (Robertson, 1990) siendo el deporte por su carácter cultural y universal una de las dimensiones donde mayor profusión ha habido. Este proceso de mercantilización transnacional surgido a partir de los años noventa comporta hitos, riesgos y resistencias. Maguire (1999) advirtió sobre la hegemonía occidental en la práctica global de actividades deportivas produciendo la imposición del modelo estadounidense en la organización mundial del deporte. De hecho, Grainger & Jackson (2000) analizaron los casos reales donde comunidades locales pusieron fuertes resistencias a la pretendida homogeneización de la multiculturalidad. En esta línea también pueden apuntarse los estudios de Bernstein & Blain (2003) donde se centran en el análisis de los conflictos y tensiones entre lo global y lo local.

Una de las principales preocupaciones de la hegemonía del deporte transnacional es la configuración de una única cultura deportiva global (Giulianotti, 2005). La amenaza se detectó de manera temprana. Renson, en 1997, ya apuntaba la tendencia del deporte local a convertirse en residual, la misma preocupación que veinte años más tarde, en 2017, suscriben Soler, Ispizua y Mendoza.

La propia Unesco ha trabajado intensamente en las últimas décadas sobre este cruce entre deporte global, deporte tradicional y cultura, generando programas de protección y reconocimiento dado que «ellos forman parte de la diversidad del patrimonio universal» (2017). Cabe considerar, como afirma Bronikowska (2015) que “los deportes, y los tradicionales en particular, se han quedado en el camino de la vida moderna. Tenemos que recordar que ignorar el patrimonio deportivo tradicional es simplemente como ‘matar’ la cultura física de una región, país o continente individual”.

1.2. El Estudio Comunicativo de los Deportes de Nicho

La academia estadounidense, más centrada en cuestiones mercadológicas, ha estudiado en profundidad las dimensiones comerciales y comunicativas de los deportes de nicho, entendidos como aquellos deportes no convencionales que no atraen audiencias masivas (Miloch & Lambert, 2006).

Autores como Greenhalgh et al. (2011); Greenwell et al. (2013); Mastromartino (2020), entre otros, presentan varias comunicaciones en la última década que examinan las comunidades de fans alrededor de los deportes de nicho o el patrocinio en ese contexto. En Europa esta cuestión ha sido más bien abordada desde un punto de vista antropológico o cultural (Bronikowska et al., 2015; O'Brien et al., 2020).

Si el estado de la cuestión se circunscribe al ámbito específico de la pelota a mano, se pueden encontrar en los últimos años estudios publicados en revistas científicas que giran alrededor de cuestiones pedagógicas (Usabiaga & Castellano, 2014), tácticas (Ruiz Omeñaca & Untoria, 2020), sobre el proceso de «deportivización» del juego (Martos & Usabiaga, 2014), sobre los hábitos saludables (Agulló-Calatayud & González-Sanjuán, 2021) pero no investigaciones que exploren desde el punto de vista de la imagen o de la comunicación estratégica, cuestiones centrales como la diagnosis del conocimiento de los deportes tradicionales y de nicho frente a la amenaza de los grandes deportes globales. Tan solo se cuenta con el precedente sobre los retos de los deportes de nicho para ampliar sus comunidades de aficionados (Sanahuja-Peris et al., 2021), que forma parte de este mismo proyecto investigador.

1.3. Práctica y Percepción Deportiva

De manera global, existen numerosas investigaciones que relatan el nivel de práctica deportiva de la población (Jürgens, 2006; González Hernández et al., 2016), así como la práctica de las distintas modalidades deportivas. Los estudios quinquenales del Centro de Investigaciones Sociológicas en colaboración con Consejo Superior de Deportes y generalmente dirigidos por el profesor García Ferrando sobre los hábitos y actitudes de la población española ante el deporte revelan que el deporte como actividad física recreativa o competitiva se practica con mayor intensidad que en cualquier otro momento de la historia. Si en 1980 tan solo un 25% de los españoles practicaba deporte, en 2010 fue un 45%, en 2015 un 53% y en 2020 un 59%.

Si esta práctica, se clasifica por actividades deportivas, la propia «Encuesta de hábitos deportivos 2020» del CIS (2021) indica que, aparte de la gimnasia con un (62,4%), son el ciclismo (31,3%), el senderismo (26,5 %), la carrera a pie (25,9 %), la natación (18,4%) y el fútbol (14,1%) los deportes más practicados en España entre las personas de 15 a 65 años que realizaron deporte en el año. El frontón/frontenis con una práctica de un 3,5% de la población deportiva son las modalidades más cercanas a la pelota a mano. En esta línea, otra investigación interesante, aunque de menor profundidad, es la de Sports Cultura Barcelona (2019). En su «Estudio de valores y mapa del

deporte en España» se apunta a la natación (22,7%), la carrera a pie (19,1%) y el fútbol (15,6%) como los deportes con mayor porcentaje de práctica entre la población española. Bajo la categoría «pelota», se indica que un 3'5% de la población ha practicado este deporte.

Este mismo estudio aporta otras claves en materia de seguimiento. El fútbol es, con gran diferencia, el deporte que cuenta con más aficionados (50,8%). Le siguen a distancia, el baloncesto (34,2%) y el tenis (31,3%), los deportes del motor (motociclismo 25,3% y automovilismo 25,2%), el ciclismo en carretera (22,5%). Del mismo modo, el deporte «pelota», señala también un 3'5% en cuanto a seguimiento. Datos similares presenta el estudio del CIS (2021) dado que indica que las personas que consumen espectáculos deportivos por medios audiovisuales en el último año lo hacen para ver fútbol (53,7%), baloncesto (25,2%), tenis (31,6%), motociclismo (19,4%) automovilismo (18,4%) y ciclismo en carretera (23,1%). Datos que son consistentes y guardan correlación.

Más allá de la práctica deportiva, ese conjunto de funciones y símbolos compartidos que son ofrecidos por los medios en su relación simbiótica con el deporte, ubica a este espacio social – el deporte- como una fuente inagotable de identidad y valores. Siguiendo el estudio de Sports Cultura Barcelona (2019), se concluye que los atributos más asociados con la actividad deportiva en la dimensión social, psíquica, de experiencia y de capacidades técnicas y físicas son: la proximidad, la solidaridad-compañerismo, la aventura, la diversión, la concentración, el dinamismo, la estrategia, la competitividad y la potencia. Si se delimita a los deportes de raqueta, disciplinas relacionada a la pelota a mano desde su práctica originaria del Jeu de Paume (Diem, 1966), los atributos más vinculados son: la técnica, la diversión, el elitismo, la fuerza o el esfuerzo.

A partir de este marco introductorio, las preguntas que tratarán de responder a lo largo de la investigación son:

1. ¿Cuál es el nivel de práctica de la pelota valenciana por parte de los habitantes de la Comunitat Valenciana?
2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento de la de la «pilota valenciana» entre los habitantes de la Comunitat Valenciana?
3. ¿Cómo se percibe la «pilota valenciana» entre los habitantes de la Comunitat Valenciana?

2. MÉTODOS

Para resolver estas cuestiones que guían la investigación, se ha optado por un diseño del estudio triangular (Flick, 2004) combinando técnicas cualitativas con cuantitativas.

2.1. Estudio Documental

Esta fase consiste en un estudio documental previo a modo de contextualización, sobre las principales aportaciones teóricas, así como del propio deporte de la «pilota valenciana» y que sirvió de base al diseño de los cuestionarios.

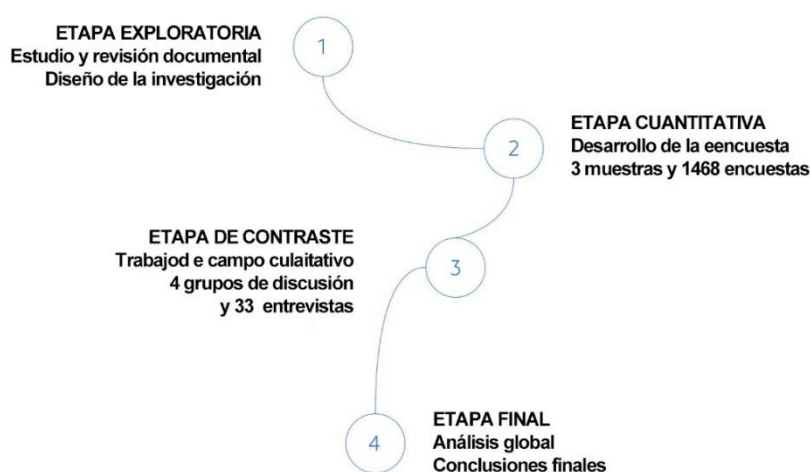


Figura 1. Diseño de la investigación

Fuente: Elaboración propia

2.2. Etapa Cuantitativa

Esta ha consistido en tres encuestas desarrolladas entre octubre de 2018 y noviembre de 2019 en la Comunitat Valenciana. Se eligió tres universos de estudio en función de su vinculación respecto al deporte objeto de estudio:

- La población general, todos los habitantes de la Comunidad Valenciana, comunidad autónoma de España conformada por 5.057.353 habitantes según el último censo del Instituto Nacional de Estadística español.
- Los aficionados y aficionadas a la pelota valenciana, todas aquellas personas que destinan su tiempo de ocio a disfrutar de este deporte autóctono tanto a nivel de espectáculo como de práctica.

- Los 1.596 jugadores y jugadoras que disponen de licencia federativa, mayores de 16 años, en el momento del trabajo de campo.

Previamente a la realización de las encuestas definitivas, para garantizar la validez y fiabilidad de los cuestionarios, se midió tanto la confiabilidad del cuestionario como su consistencia interna, a partir del cálculo del alfa de Cronbach con los ítems de cada subescala o dimensión. Se pasó una pre-encuesta a 20 personas en las tres encuestas, y cuatro preguntas que no se comportaron adecuadamente fueron reformuladas en el cuestionario para garantizar en todo momento que todas las preguntas tengan sentido y la categorización sería la correcta. Para los análisis estadísticos se utilizó el paquete estadístico SPSS en su versión 26.

La encuesta ha contado con diferentes bloques de preguntas entre los cuales destacan: la práctica deportiva, el grado de conocimiento de este deporte y su percepción. El trabajo de campo se llevó a cabo entre 2017 y 2018. En la Tabla 1 se recogen las fichas técnicas de los estudios cuantitativos, que suman 1.468 encuestas.

Tabla 1. Ficha técnica de las encuestas

Universo	Población general Hombres y mujeres + 18	Aficionados a la pelota valenciana Hombres y mujeres de +18 años	Jugadores federados a los últimos años Hombres y mujeres de +18
Ámbito	Comunitat Valenciana	Comunitat Valenciana	Comunitat Valenciana
Tamaño de la muestra	670	473	325
Error muestral	+/- 3'8 para un nivel de confianza del 95'5% (2 sigma) con p=q 50	+/- 4'5 para un nivel de confianza del 95'5% (2 sigma) con p=q 50	+/- 5 para un nivel de confianza del 95'5% (2 sigma) con p=q 50
Técnica	Encuesta telefónica con sistema CAPE. Cuestionario estructurado con una duración de 10 minutos.	Encuesta frente a frente en espacios de juego.	Encuesta frente a frente en espacios de juego.
Muestreo	Muestreo polietápico: probabilidad estratificada por tamaños de municipio y no probabilístico por cuotas de edad y sexo.	Muestreo polietápico y probabilístico por conglomerados, no probabilístico por cuotas de edad y sexo. 17 puntos de muestreo.	Muestreo polietápico y probabilístico por cuotas de territorio, edad y sexo. 51 puntos de muestreo.

Fuente: Elaboración propia

2.3. Etapa de Contraste

La dinámica de los grupos de discusión y de las entrevistas se orientaron al análisis de la situación y contraste sobre los resultados obtenidos en la fase cuantitativa. En primer lugar, se llevaron a cabo cuatro grupos de discusión, que posteriormente, se complementaron con 33 entrevistas en profundidad. Un total de 54 personas participaron en esta fase, completando así una amplia representación de todos los grupos de interés y colectivos que están implicados en el estudio, la divulgación, la gestión y enseñanza de la «pilota valenciana». Las entrevistas y grupos de discusión tuvieron lugar entre los meses de noviembre y diciembre de 2019 y los meses de enero y febrero de 2020.

Tabla 2. Características e integrantes de los grupos de discusión

	Focus Group 1	Focus Group 2	Focus Group 3	Focus Group 4
Eje temático	Técnicos deportivos y formadores	Profesionales de la comunicación y el marketing	Actores principales de la pelota	Investigadores y divulgadores
Nº de Participantes	6	6	4	5
Profesión de los participantes	Profesor (2), técnicos federativo (2), entrenador (1) y técnico de club (1)	Periodista deportivo (3), relaciones externas de una entidad patrocinadora (1), directora de comunicación de una entidad patrocinadora (1), técnico de comunicación de una organización profesional (1)	Jugadores profesionales (2), directivos de la organización que rige los campeonatos profesionales (1), técnico federativo (1)	Editor (1), periodista cultural (1), docente-investigador (1), director del museo de la pelota (1), investigador-divulgador (1).

Fuente: Elaboración propia

El espíritu dialéctico de un grupo de discusión (Llopis Goig, 2004) acoge la presentación de las conclusiones iniciales sobre el conocimiento, práctica y percepción de la pelota. Las entrevistas en profundidad (Sierra Caballero, 2019) constan de un diseño específico a partir de un cuestionario semiestructurado preestablecido y de una duración fijada entre los 20 y 60 minutos.

Tabla 3. Perfiles de los entrevistados en profundidad

Presidentes de clubes	3
Jugadores y jugadores amateurs	2
Jugador modalidad internacional	1
Ex jugadores profesionales	2
Jugadores profesionales	2
Promotores y empresarios de este deporte	4
Directivos de organizaciones principales	4
Ex directivos de organizaciones principales	1
Responsables políticos vinculados	2
Investigadores-divulgadores	3
Docentes	3
Periodistas deportivos	3
Responsables de televisión autonómica	3

Fuente: Elaboración propia

2.4. Etapa Definitiva

La última etapa se constituye sobre el análisis de los resultados globales de la investigación. Supone la síntesis de la información, la ordenación y la jerarquización de los principales hallazgos para la pelota valenciana.

3. RESULTADOS

La presentación de los resultados se ordena en dos dimensiones. En primer lugar, se ofrecen los datos recabados en la fase cuantitativa y, en segundo lugar, se apuntan las citas más representativas y principales conclusiones que han deparado los grupos de discusión y entrevistas en profundidad.

3.1. Resultados Cuantitativos

3.1.1. Práctica de la «pilota valenciana» entre la Población General

El primer bloque de análisis cuantitativo expone la práctica de la pelota entre la población general. En este sentido se pregunta sobre si el encuestado o encuestada ha jugado en algún momento a «pilota valenciana» ya sea de manera recreativa o competitiva. Las respuestas se han diferenciado por género y por edad.

Tabla 4. Distribución porcentual de personas que practica o han practicado pelota valenciana según sexo

	Sí, han practicado	No han practicado nunca
Hombres	20,6	79,4
Mujeres	7,7	92,3
Total	14,6	85,4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Distribución porcentual de personas que practican o han practicado pelota valenciana según edad

	Sí, han practicado	No han practicado nunca
<35 años	28,8	71,2
35-64 años	11,4	88,6
>64 años	9,4%	90,6
Total	14,6	85,4

Fuente: Elaboración propia

Los datos revelan que el 14,6% de los valencianos han practicado alguna vez el juego de la pelota. Esta media sube dentro del colectivo masculino hasta el 20% mientras que sólo un 7% de las mujeres dicen haber practicado. Por edades, los menores de 35 años representan el colectivo con un índice más alto de práctica. Muy probablemente, como se profundizará en la discusión, los programas divulgativos de la pelota dentro del sistema educativo valenciano como «Pilota a l'escola» implementados por la Generalitat Valenciana (gobierno autonómico) hayan contribuido a configurar estos datos.

3.1.2. Conocimiento de la «pilota valenciana»

La segunda cuestión a analizar es el grado de conocimiento de este deporte de nicho de carácter tradicional en relación a otros deportes tanto más mediáticos como más minoritarios en España entre la muestra que representa la ciudadanía de la Comunidad Valenciana. El 1 constituye el mínimo conocimiento y el 10 el máximo conocimiento.

Tabla 6. Distribución porcentual del grado de conocimiento de los deportes entre la población general

	Baloncesto	Béisbol	Fútbol	Balonmano	Motociclismo	Pilota valenciana	Rugby	Tenis
1	12,4	46,9	9,1	17,6	20,9	27,0	48,8	14,14
2	5,8	14,0	3,3	7,6	9,0	14,8	15,7	4,8
3	6,3	9,4	4,2	9,6	7,3	9,1	9,99	5,7
4	5,2	6,7	4,0	6,6	7,9	7,3	6,0	6,4
5	17,5	10,9	11,9	18,1	15,4	13,1	9,6	14,9
6	8,7	3,9	8,1	13,0	11,3	7,6	2,1	11,3
7	10,6	2,8	8,4	8,2	9,0	6,3	2,7	13,7
8	14,6	2,4	19,0	9,3	8,2	6,3	1,8	13,6
9	5,2	0,9	10,3	3,7	4,2	3,4	1,6	5,7
10	13,6	2,8	21,6	6,3	6,7	4,6	1,8	9,0

Fuente: Elaboración propia

La «pilota valenciana», a pesar de ser un deporte autóctono, estaría por detrás en conocimiento que fútbol, baloncesto, tenis, motociclismo, y balonmano y por delante, de béisbol y rugby.

Tabla 7. Distribución porcentual del grado de conocimiento de la «pilota valenciana» por género entre la población general

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Hombres	31,7	35,3	23,9	7,5	1,7
Mujeres	40,3	35,8	19,0	3,9	1
Total	35,7	35,5	21,6	5,8	1,3

Fuente: Elaboración propia

Si se analiza en concreto el conocimiento de la ciudadanía, se observa que el 71,2% de las personas encuestadas tiene un conocimiento bajo o muy bajo de este deporte tradicional. El 21,6% tiene un conocimiento mediano mientras que solo el 7,1% tiene un conocimiento alto o muy alto de este deporte autóctono.

3.1.3. Percepción de la «pilota valenciana»

Para conocer la percepción de la pelota entre los diferentes colectivos, se planteó a cada universo unas preguntas específicas. Entre la población general se propuso una escala del 1 al 7 entre adjetivos antónimos que proponen visiones bipolares de la «pilota valenciana». Destacan los atributos de diversión, popularidad y presente.

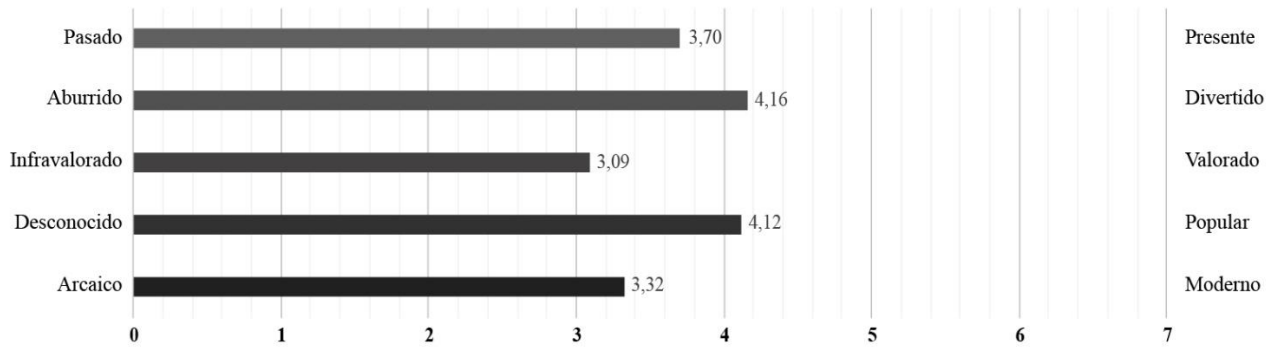


Figura 2. Distribución porcentual de los valores asociados a la pelota según la población general

Fuente: Elaboración propia

Para los aficionados y federados, se propone una valoración del 1 al 10 entre una constelación de valores intrínsecos a la «pilota valenciana». En el caso de los aficionados, destacaron la amistad y el esfuerzo y la nobleza y respeto, quizás sí que tenga una significación singular en este deporte.

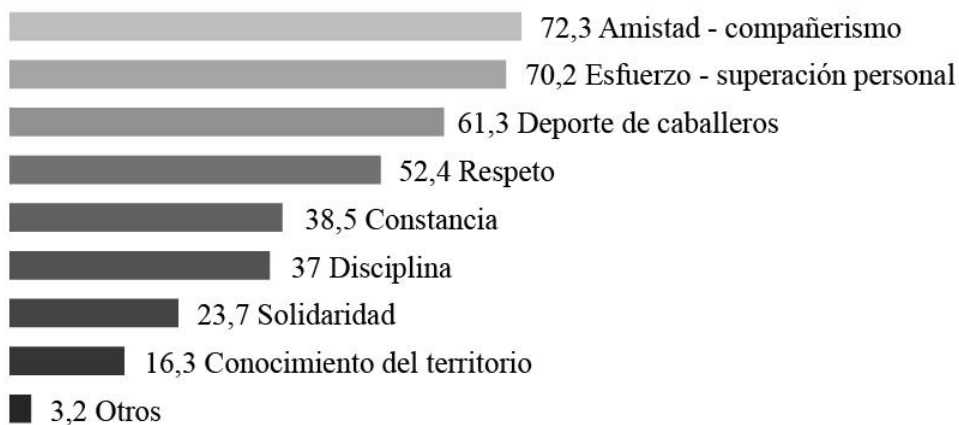


Figura 3. Distribución porcentual de los valores asociados a la pelota según los aficionados

Fuente: Elaboración propia

Los federados, por su parte, presentan cifras ligeramente diferentes a los aficionados hecho que destacan los valores propios de la práctica como el esfuerzo o la constancia seguido de la nobleza y la amistad.

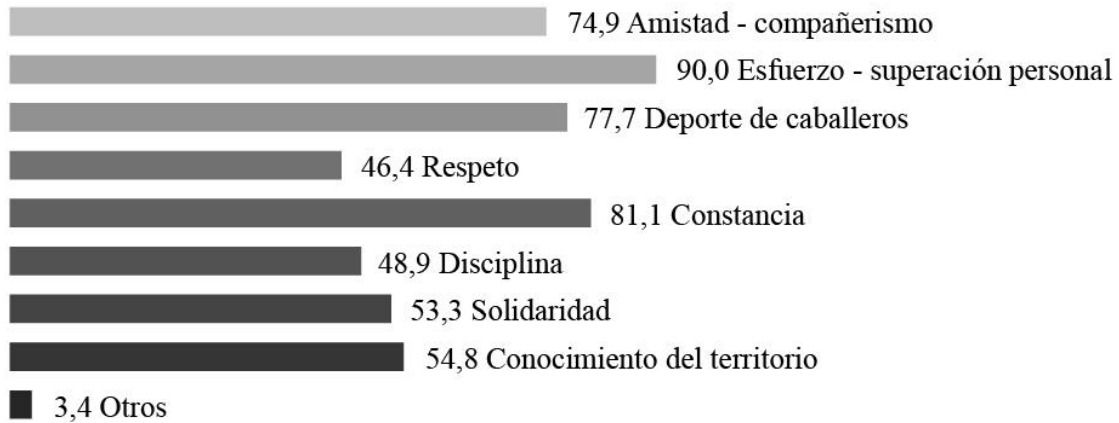


Figura 4. Distribución porcentual de los valores asociados a la pelota según los federados

Fuente: Elaboración propia

Una cuestión muy destacada de la investigación ha sido la codificación de los atributos vinculados al mundo de la «pilota valenciana» de manera espontánea por parte de las personas aficionadas y federadas. A todos se les pidió que citaron palabras asociadas a la «pilota valenciana»: “juego”, “deporte” “tradicional”, “valencianidad” y “rural” han sido las palabras más repetidas.



Figura 5. Composición de palabras

Fuente: Elaboración propia

Para cerrar el bloque cuantitativo, se preguntó a aficionados y federados por el estado actual de la «pelota valenciana». Esta cuestión se descartó en el universo de población general puesto que su menor conocimiento del deporte podría sesgar las respuestas.

Tabla 8. Situación en la que se encuentra la pelota según los aficionados y federados

	Aficionados	Federados
Muy buena	6,2	7,1
Buena	52	37,3
Regular	2,5	38,6
Mala	30	12,3
Muy mala	8,7	2,8
No responde	0,2	1,9

Fuente: Elaboración propia

Las personas aficionadas consideran que la situación actual de la pelota es buena o muy buena en un 58,6% y mala o muy mala en un 38,7%. Las personas federadas estiman que la situación actual de la pelota es buena o muy buena en un 45% y mala o muy mala en un 15%.

3.2. Resultados Cualitativos

Los expertos y agentes involucrados valoran positivamente los datos de práctica y conocimiento. "La situación es mejor de lo que pensaba. Hay un nivel intermedio que no está mal, puede tener recorrido", afirma el director de relaciones externas de una entidad financiera patrocinadora, consideración que puede resumir la posición de la mayoría de los intervinientes. Sin embargo, un ensayista observa que "hay mucha gente que habla de pelota y no han ido nunca a un trinquete. Y yo creo que hay, por un lado, una hipervaloración simbólica de la pelota y, por el otro, un desconocimiento". Por otra parte, este conocimiento es irregular en todo el territorio. Hay comarcas con un importante arraigo y penetración de la pelota, mientras que en las grandes ciudades y en otras comarcas es absolutamente desconocida. Un exjugador admite que "en València ciudad, hay mucho de desconocimiento sobre la pelota".

La opinión mayoritaria entre los entrevistados coincide en el hecho que la pelota valenciana es, como indica su adjetivo, un signo inequívoco del vínculo atávico con el territorio, es decir, un espacio identitario. Sin embargo, la pelota sufre un conjunto de presunciones negativas, basadas o no

en la realidad, pero indudablemente presentes en el imaginario colectivo, que se pueden resumir en cuatro estigmas: ambiente turbio, machismo, ser un espacio rancio y la desorganización. Esta percepción no es homogénea. Hay que tener presentes las consideraciones de un periodista y del director del Museu de la Pilota. Una primera cuestión a tener en cuenta es que "todos los estigmas que rodean la pelota se basan en la desinformación y se mantienen en la gente que desconoce la pelota"; y el segundo, que "todos aquellos que estamos dentro de este deporte, la vemos como un deporte puro y noble, pero no tanto aquellos que están fuera del círculo". De manera muy sintética, dentro de la misma pelota conviven dos posiciones casi antagónicas que suponen una visión positiva lanzada hacia el futuro mientras que otra perspectiva anuncia el final de una época. Cada posición tiene su propia autopercepción.

Si damos la vuelta a la moneda, la pelota disfruta de unos valores positivos que conforman un conjunto de cinco rasgos diferenciales: el hecho de ser un juego de caballeros, la proximidad, la plasticidad, la diversión y la historia singular de la misma pelota.

Sobre la situación actual de la pelota, un técnico federativo apunta que "a pesar de la evolución de la pelota, hay otros deportes que tienen una estructura deportiva y de atracción mucho más potente que la pelota". De manera consecutiva, las opiniones son divergentes, en relación con el estudio cuantitativo. Por un lado, un jugador profesional apunta que "a estas alturas la situación de la pelota es notablemente mejor que hace cinco años y esperamos que pueda continuar evolucionando". Sin embargo, se echa de menos más marketing, más promoción para captar nuevos aficionados". Otro jugador es más crítico y señala: "Actualmente, queremos buscar la modernización. Estamos cogiendo valores de otros deportes y acabaremos perdiendo la filosofía de la pelota. Tenemos que dejar de hablar del concepto modernización y empezar a buscar la evolución y normalización".

El análisis del discurso alrededor de las 54 personas participantes en la etapa cualitativa deja ver las dos visiones opuestas que han estado presentes a lo largo de anteriores cuestiones como conocimiento, estigmas, valores positivos, etc.: «pelota nueva» vs. «pelota vieja». La primera es relativamente más crítica, alentadora y defensora de una evolución, mientras que la segunda considera que quizás la pelota está al final de una época y la segunda casi da por perdida la lucha frente a deportes de masas o manifestaciones culturales mayoritarias.

4. DISCUSIÓN

Una vez presentados los datos cuantitativos y el proceso dialógico entre los distintos colectivos que protagonizan y gobiernan la «pilota valenciana», en primer lugar, se contrastan los hallazgos en relación a la literatura científica que ha precedido esta investigación.

El presente estudio ha revelado que este deporte de nicho y tradicional mantiene un nivel de práctica del 14,6% de la población. Una cifra mucho más elevada que la que plantea el informe del CIS (2021) sobre hábitos deportivos respecto a las categorías frontón/frontenis (3,5%), las disciplinas deportivas que se podrían considerar más cercanas a la pelota valenciana, o el estudio de Sports Cultura Barcelona (2019) sobre la propia pelota (3,5%). Así el nivel de práctica se acercaría a niveles del fútbol (14,1%) y por encima del pádel (11,3%) o el tenis (7,2%). Aunque no se puedan tomar los datos en términos absolutos, ni por la tipología y concepción de los estudios ni por su alcance y diseño muestral, se podría considerar que los niveles de práctica de la «pilota valenciana» en el País Valenciano, no son del todo negativos situando este deporte como un nivel de práctica a tener en cuenta en numerosas comarcas del territorio valenciano.

En cuanto al conocimiento, el 71,2% de la población admite tener un conocimiento bajo o muy bajo, siendo medio para el 21,6% y alto o muy alto para el 7,1% y. Este 7,1% de la población valenciana puede considerarse que conforman los «aficionados». Un dato que doblaría el 3,5% que indica el «Estudio de valores y mapa del deporte en España», acercando en esa traslación a deportes como el rugby, el golf o los deportes de aventura. En cualquier caso, tanto si comparamos con las cifras del CIS como las de Sports Cultura Barcelona, la «pilota valenciana» está en una situación intermedia entre los deportes minoritarios y los deportes de masas como el fútbol, el baloncesto, el tenis o los deportes de motor.

La tercera dimensión de esta investigación aborda la percepción de la «pilota valenciana», es decir, la asociación a determinados atributos desde las población general y colectivos próximos. La población general destaca los atributos de «diversión», «popularidad» y «presente» mientras que los colectivos cercanos subrayan el esfuerzo, la nobleza y la amistad, lo cual incide en las asociaciones espontáneas de «juego», «tradicional», «valencianidad» o «rural». Esta concepción del deporte es interpretada por los actores principales como una dualidad entre aquellas personas que tiene un conocimiento profundo y aquellos cuyo conocimiento es más superficial. En este sentido, todos los atributos mencionados guardan semejanza con los valores tradicionales del deporte y de los deportes de raqueta, mencionados en el estudio de Sports Cultura Barcelona. En dicho estudio se menciona

«técnica, la diversión, el elitismo, la fuerza o el esfuerzo» en relación a los deportes de raqueta, lo cual difiere únicamente en el «elitismo» dado que la «pilota valenciana» es «popular», «rural además de tener una relación directa con la identidad territorial». Es decir, la pelota puede estar en un mismo imaginario que las modalidades surgidas del Jeu de Paume, pero de manera popular y arraigada a las tradiciones y a lo local. Las visiones de los actores involucrados en la etapa de contraste coinciden, por una parte, con las visiones de Greenhalgh et al. (2011); Greenwell et al. (2013); Mastromartino (2020) que defienden estrategias promoción alternativas a los grandes medios – en la línea del “Word of Mouth” (García-Pascual et al., 2019) - y, por otra parte, a la de Bronikowska et al. (2015) alertando del riesgo de los deportes tradicionales de ser absorbidos y homogenizados por la cultura deportiva de los deportes de masas.

En cuanto a las implicaciones prácticas de la investigación, el diagnóstico y debate por parte de los distintos grupos de interés del deporte, ha determinado un nivel de práctica, de conocimiento y de percepción que permitirá en sucesivos estudios valorar la idoneidad y eficacia de las políticas de promoción que se aplican en la actualidad tanto desde las administraciones públicas como de la propia federación. Del mismo modo, el estudio ha dibujado nítidamente los atributos negativos y positivos respecto al deporte, tanto de la población general como de los colectivos próximos y agentes protagonistas. Esta imagen percibida, con sus fortalezas y debilidades, será clave a la hora de desarrollar estrategias de comunicación orientadas a mejorar el conocimiento y reconocimiento de la «pilota valenciana».

Este documento puede considerarse una aportación pionera a la hora de analizar los deportes de nicho y tradicionales desde el prisma de la comunicación en la geografía europea. Quizá pueda estimular a otros investigadores que, encadenando trabajos, contribuyan a reducir la brecha entre el deporte global y el deporte de nicho de carácter autóctono.

5. CONCLUSIONES

Los deportes tradicionales no suelen atraer la mirada de la academia en materia de comunicación o imagen. Desde la sociología deportiva si existe cierta tradición a analizar las expresiones deportivas minoritarias ante el riesgo de una globalización homogeneizadora.

Los hallazgos más significativos de esta investigación señalan que la «pelota valenciana» dentro de su propio territorio mantiene un nivel de práctica aceptable: un 14,6% de los valencianos lo han practicado alguna vez, destacando el 28,8% de los menores de 35 años como claro reflejo del impacto del programa educativo «Pilota a l'escola». El conocimiento también es relativamente

positivo hecho que un 21,6% de la población general tiene un conocimiento mediano y un 7,1% tiene un conocimiento alto o muy alto. Este conocimiento va por delante de otros deportes de nicho, pero no tradicionales en esta geografía como el rugby y el béisbol mientras que está por detrás, con toda lógica, de deportes convencionales como el fútbol, el baloncesto, el tenis, el balonmano o el motociclismo. Estas cifras en relación a otros estudios sobre nivel de práctica deportiva y seguimiento, indican que la pelota en la Comunitat Valenciana se posiciona en una situación intermedia entre los deportes minoritarios y los deportes de masas. Sin embargo, representantes de la pelota consideran que, aunque parecen cifras positivas el conocimiento medio puede ser realmente muy superficial.

A nivel de percepción, la naturaleza milenaria y poliédrica de la pelota provoca, además, que la reflexión sobre la misma autoconcepción y definición de la pelota sea muy plural. Se podría decir que es una «pelota» que tiene muchas capas. Algunas de estas son concepciones opuestas y entran en una dialéctica de conflicto entre la esencia y la dirección por la cual tiene que transitar hacia el futuro.

En este sentido, la pelota sufre un conjunto de presunciones negativas, basadas o no en la realidad, pero indudablemente presentes en el imaginario colectivo, que se pueden resumir en cuatro estigmas: el ambiente turbio, el machismo, ser un espacio rancio y la desorganización de la estructura deportiva. Si damos la vuelta a la moneda, la pelota disfruta de unos valores positivos que conforman un conjunto de cinco rasgos diferencial: el hecho de ser un «juego de caballeros», la proximidad, la plasticidad, la diversión y la historia singular de la misma pelota. En cierta medida, puede ubicarse en un mismo imaginario que los deportes de raqueta, oponiéndose a ellos en el carácter popular frente al elitismo y el vínculo territorial frente a la globalidad.

Así, la «pilota valenciana» como deporte autóctono de origen milenario, ha sobrevivido hasta nuestros días imbricada entre los mitos y leyendas de un pueblo. Más que un deporte es una seña de identidad que se traduce en la adscripción de centenares de federados, la existencia de un circuito profesional y participación de sus jugadores en competiciones internacionales. En los últimos tiempos, se está generando una reflexión crítica desde los agentes protagonistas de este deporte sobre las consecuencias de la globalización, en coincidencia con algunos autores, y de la necesidad de ejecutar estrategias de promoción y comunicación en consonancia con las tendencias que reflejan los recientes estudios sobre deportes de nicho.

Finalmente, cabe reconocer que este estudio que analiza los deportes tradicionales en relación al deporte global, cuenta con limitación de haberse desarrollado sobre una única disciplina, la «pilota valenciana». Sería recomendable y necesario, continuar una línea investigadora paralela con otros deportes tradicionales y de nicho en otros marcos geográficos.

6. REFERENCIAS

1. Agulló-Albuixech, R., & Agulló-Calatayud, V. (2009). *El joc de pilota a través de la premsa valenciana 1790-1909*. Diputació de València-Federació de Pilota Valenciana.
2. Agulló-Calatayud, V., & Castillo, B. (2013). El joc de pilota, l'esport rei dels valencians. *Revista Valenciana d'estudis Autonòmics*, 4(58), 2, 72-95.
3. Agulló-Calatayud, V., & González-Sanjuán, M. E. (2021). Tabaquismo en el deporte: los pilotaris amateurs. *Revista Española de Drogodependencias*, 46(4), 71-87. <https://doi.org/10.54108/red.2021.46.04.004>
4. Añó, V., Calabuig-Moreno, F., & Parra-Camacho, D. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7(19), 53-65.
5. Bernstein, A., & Blain, N. (2003). *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimension*. Fran Cass.
6. Bronikowska, M., Petrovic, L., Horvath, R., Hazelton, L., Ojaniemi, A., Alexandre, J., & Silva, C. (2015). *History and cultural context of traditional sports and games in selected European countries*. En TAFISA Recall Games from the Past – Sports for Today.
7. CIS. (2021, December 15). *Encuesta de hábitos deportivos 2020*. <https://www.educacionfpydeportes.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/deportes/encuesta-habitos-deportivos-espana.html>
8. Coakley, J. (2015). *Sports in Society. Issues and Controversies*. McGraw-Hill International Edition.
9. Diem, C. (1966). *Historia de los deportes*. Luis de Caralt.
10. Elias, N., & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. F.C.E., Madrid.
11. Flick, U. (2004). *Introducción a la Investigación Cualitativa*. Morata.
12. García Pascual, F., Molina García, N., & Mundina Gómez, J. (2019). Influencia de la satisfacción y el valor percibido sobre el “Word of Mouth” en los usuarios de centros deportivos. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 8(1), 29–36. <https://doi.org/10.6018/sportk.362291>
13. Giulianotti, R. (2005). Sports Spectators and the Social Consequences of Commodifications: Critical Perspectives from Scottish Football. *Journal of Sport and Social*, 29(4), 386-410. <https://doi.org/10.1177/0193723505280530>
14. González Hernández, J., Garcés de Los Fayos Ruiz, E. J., López Mora, C., & Zapata, J. (2016). Personalidad y estilos de toma de decisiones en la práctica deportiva. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 11(1), 107–112. <https://doi.org/10.1016/j.riped.2016.02.002>
15. Grainger, A., & Jackson, S. J. (2000). Sports marketing and the challenges of globalization: A case study of cultural resistance in New Zealand. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 2(2), 24-38.
16. Greenhalgh, G. P., Simmons, J. M., Hambrick, M. E., & Greenwell, T. C. (2011). Spectator support: Examining the attributes that differentiate niche from mainstream sport. *Sport Marketing Quarterly*, 20(1), 4152.

17. Greenwell, T. C., Greenhalgh, G., & Stover, N. (2013). Understanding spectator expectations: An analysis of niche sports. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 13(3-4), 144-157.
18. Jürgens, I. (2006). Práctica deportiva y percepción de calidad de vida. *International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, 6(22), 62-74.
19. Llopis Goig, R. (2004). *Grupos de discusión*. ESIC Editorial.
20. Llopis Goig, R. (2016). Deporte, medios de comunicación y sociedad. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 12(44), 86-89. <https://doi.org/10.5232/ricyde2016.044ed>
21. Maguire, J. (1999). *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*. Wiley.
22. Martos, D., & Usabiaga, O. (2014). Los juegos directos de pelota vascos y valencianos y el proceso de conversión en deporte: una aproximación cualitativa. *Recorde*, 7(2), 1-32.
23. Mastromartino, B., Qian, T. Y., Wang, J. J., & Zhang, J. J. (2020). Developing a fanbase in niche sport markets: An examination of NHL fandom and social sustainability in the sunbelt. *Sustainability*, 12(3), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su12031115>
24. Millo, L. (1976). *El trinquet*. Prometeo.
25. Miloch, K. S., & Lambert, K. W. (2006) Consumer awareness of sponsorship at grassroots sport events. *Sport Marketing Quarterly*, 15, 147-154.
26. O'Brien, J., Holden, R., & Ginesta, X. (2020), *Sport, Globalization and Identity. New Perspectives on Regions and Nation*. Routledge.
27. Parra-Camacho, D., Aguado, S., & Alguacil, M. (2021). El impacto social de un evento deportivo mediano recurrente: El caso del Maratón de Valencia. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 16(50), 553-562. <http://dx.doi.org/10.12800/ccd.v16i50.1576>
28. Pérez-González, B., Gómez-Carmona, J. L., León-Quismondo, J., Burillo, P., Teva-Villén, R., & Fernández-Luna, Álvaro. (2021). Impacto económico, valoración de evento y recuerdo de patrocinio en un maratón popular. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 16(50), 617-630. <https://doi.org/10.12800/ccd.v16i50.1616>
29. Quitán, D. L. (2023). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(1), 19-42.
30. Renson, R. (1997). The reinvention of tradition in sports and games. *Journal of Comparative Physical Education and Sport*, 19(2), 46-52.
31. Robertson, R., (1990). Mapping the global condition: Globalization as the central concept. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 15-30. <https://doi.org/10.1177/026327690007002002>
32. Ruiz Omeñaca, J. V., & Untoria Hervías, Álvaro. (2020). La táctica en la pelota mano: introducción desde los juegos modificados. *Acción Motriz*, 25(1), 130–141.
33. Sierra Caballero, F. (2019). La entrevista en profundidad: Función, sentido y técnica. En J. A. González & C. M. Krohling Peruzzo (Eds.), *Arte y oficio de la investigación científica: Cuestiones epistemológicas y metodológicas* (pp. 301–379). Ediciones CIESPAL.
34. Soler, S., Ispizua, M. I., & Mendoza, N. (2017). Integración social y deporte. En M. García Ferrando, N. Puig, F. Lagardera, R. Llopis, & A. Vilanova (Eds.), *Sociología del deporte* (pp. 145–168). Alianza Editorial.
35. Sports Cultura Barcelona. (2018). Estudio de valores y mapa del deporte en España. <https://docplayer.es/144073859-Estudio-de-valores-y-mapa-del-deporte-en-espana.html>
36. UNESCO. (2017, September). *Traditional sports and games: Challenge for the future – Concept note on traditional sports and games*. UNESDOC Digital Library. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000252837>
37. Usabiaga Arruabarrena, O., & Castellano Paulis, J. (2014). Efecto del cambio de reglas en pelota vasca escolar. *Cultura, Ciencia Y Deporte*, 9(27), 243-250. <https://doi.org/10.12800/ccd.v9i27.466>

AUTHOR CONTRIBUTIONS

All authors listed have made a substantial, direct and intellectual contribution to the work, and approved it for publication.

CONFLICTS OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

FUNDING

This research received no external funding.

COPYRIGHT

© Copyright 2025: Publication Service of the University of Murcia, Murcia, Spain.