

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



---

---

La Prensa Deportiva en México.

T E S I S

Que para obtener el Título de:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación  
P r e s e n t a:

Consuelo Victoria Restrepo Fernández



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

- I. ANTECEDENTES HISTORICOS
  1. Surgimiento y desarrollo del deporte y de la prensa deportiva
  2. El deporte y el tiempo libre
  3. El deporte y los medios de difusión
  
- II. QUIENES PRODUCEN LA PRENSA DEPORTIVA
  1. Periódicos
    - a) Periódicos especializados
    - b) Medios de Información que incluyen sección deportiva
  2. Revistas especializadas en deportes
  3. Radio y Televisión
    - a) Radio
    - b) Televisión
  
- III. QUIENES MANEJAN EL DEPORTE
  1. Clubes privados
  2. El Estado y el Deporte. (Organismos)
  
- IV. CARACTERIZACION DE LA PRENSA DEPORTIVA
  1. La complejidad deportiva
  2. Relación del deporte con la información periodística
  3. Manipulación de la información
  
- V. CONCLUSIONES
  
- VI. RELACION DE DEPORTES (Anexo)
  
- VII. CITAS BIBLIOGRAFICAS
  
- VIII. BIBLIOGRAFIA

## I N T R O D U C C I O N

El deporte es casi tan antiguo como la humanidad. En sus inicios tuvo una clara relación con los sistemas de creencias religiosas de las sociedades; posteriormente, fue considerado una forma necesaria de mantener sanos el cuerpo y la mente ("mente sana en cuerpo sano") y, por último, ha llegado a ser un medio para reformar los valores ideológicos de la sociedad de consumo.

En la antigua Grecia, específicamente en el monte --- Olimpo, se llevaban a cabo confrontaciones de diversas disciplinas deportivas que, según las crónicas, cumplían la función de congraciar a los hombres con sus dioses. Estas competencias también servían para dirimir, pacíficamente, ciertas diferencias que pudieran tener, en cualquier terreno, los hombres, los pueblos o las ciudades entre sí.

En cuanto se refiere a Mesoamérica, la práctica de -- los deportes también poseía un carácter esencialmente religioso que resaltaba la necesidad de comunicación de los hombres -- entre sí y con sus dioses. Sin embargo, el carácter religioso, la necesidad del deporte como una disciplina para mejorar

el estado físico y mental del ser humano, y, sobre todo, la --  
esencia misma del deporte (la de establecer una comunicación -  
real) han sido transformados por el transcurso del tiempo.

Mucho se ha escrito sobre el deporte, pero muy poco -  
se ha dicho sobre las causas que lo han transformado. Para -  
demostrar sus objetivos, el presente trabajo parte, precisamen  
te, del cambio que el deporte ha tenido en un contexto especí-  
fico: la sociedad capitalista, la sociedad de consumo. ¿Cuá  
les son los factores que intervienen en este cambio? ¿Cómo -  
se realiza? ¿Qué papel desempeñan los medios masivos de in--  
formación en dicho proceso?.

En principio, es posible afirmar que existen investi-  
gaciones y estudios sobre los medios masivos de información y  
que algunos de esos trabajos han seguido la fórmula de Harold  
Lasswell, de aclarar "quién dice qué , por qué canal, a quién  
y con qué efectos". Los temas tratados se han referido, bási  
camente, al análisis de control (comunicador); análisis del --  
contenido (mensaje); análisis del auditorio (receptores) y al  
análisis de los efectos sobre el auditorio.

El objetivo de este trabajo es contribuir a esclare--  
cer la función de los medios de difusión en el deporte mexica--  
no, mediante un análisis de control; hacer ver quiénes produ--  
cen la prensa deportiva, cómo la producen, con qué fines y cuá  
les son sus realizaciones prácticas. Asimismo, se pretende es

tudiar la causa de la necesidad real que los receptores-ciudadanos sienten por el mundo deportivo, es decir, indagar cuáles son las motivaciones que adquieren.

A éstas y las anteriores interrogantes se intentará dar respuesta mediante un estudio histórico analítico de la prensa deportiva en México, ubicado dentro de un contexto específico.

En el primer capítulo del presente trabajo se lleva a cabo un esbozo del nacimiento, desarrollo y razón de ser del deporte; además, se dan a conocer algunos pormenores de los deportes practicados por los hombres a través de la historia. El significado y esencia de esas prácticas.

La parte final del primer capítulo trata acerca del surgimiento de la prensa deportiva en México, la forma en la cual el deporte y el tiempo libre se vinculan.

Es sabido que hay quien considera que los deportes han sido y serán un modo de escape de las energías acumuladas y un medio de despolitización, cuya práctica se extiende desde los primeros años hasta edades muy avanzadas. En jardines de niños, en primarias, secundarias, escuelas profesionales, se imparte y practica algún deporte; por ello, existen empresas privadas y gubernamentales que se han dedicado, con verdadero entusiasmo unas, y otras con fines políticos o mentalidad

comercial, a promoverlo.

Más adelante, en el segundo capítulo, se habla de los dirigentes de la prensa deportiva, en México, y de la relación de éstos con las empresas deportivas, profesionales y amateurs. También se realiza un análisis de los periódicos, revistas, -- estaciones de radio y T.V., y del tratamiento que tales medios le dan al deporte.

La prensa deportiva mexicana vive actualmente una época de mediocridad e intrascendencia en relación con otros tipos de periodismo. Dado el carácter masivo de la materia que tratan, tanto los informadores profesionales como los dueños -- de los medios masivos de difusión parecen tener como objetivos fundamentales lograr la venta mercantil de publicidad y conseguir, por medio de la difusión deportiva, todo aquello que produzca una acción comercial rentable. Este panorama es desglosado en la parte intermedia de la investigación.

Por otra parte, se trata de resaltar la importancia -- de convertirse en verdaderos profesionales, lejos de la improvisación y la corrupción, dándole al periodismo deportivo el -- lugar que se merece dentro del mundo de la información.

Por último, en el capítulo "Caracterización de la --- prensa deportiva" se pretende dar a conocer las característi-- cas de los géneros periodísticos; así como la manipulación que

los dueños e informadores de los medios masivos hacen de la in  
formación deportiva.



**CAPITULO I**

**ANTECEDENTES HISTORICOS**

1. Surgimiento y desarrollo del deporte y de la prensa deportiva
2. El deporte y el tiempo libre
3. El deporte y los medios de difusión

1. Surgimiento y desarrollo del deporte y de la prensa deportiva

Los pueblos que habitaban el México prehispánico, -- como los nahuas, zapotecas, totonacas y, principalmente, los mayas y aztecas, practicaban diversos deportes en actividades ligadas a tradiciones y ritos religiosos. Los deportes más importantes de los habitantes de entonces fueron: los voladores, la natación, las carreras a pie, de distancia y resistencia, la lucha, la caza y, el más importante, el juego de pelota.

Este último poseía un sentido ritual de representación de un combate entre los dioses del cielo y del infierno y de los héroes mitológicos; de ahí su carácter apasionante y su gran dimensión religiosa.

En todos los campos de juego había templos destinados al culto religioso. Al final del juego, el ganador era decapitado y, de acuerdo a las creencias, un dios bajaba a recoger al sacrificado, que habría de ser el alimento de las deidades. Según el pueblo, el vencedor era un miembro de la tribu, seleccionado por su gran valor, que intercedía ante --

las divinidades, y se le consideraba como un ser privilegiado por incorporarse al panteón celestial.

Para aspirar a este honor y a los adquiridos en el deporte de la caza, los participantes efectuaban oraciones y otros actos, según lo imponía su sistema de creencias. Además del juego de pelota, existían otros deportes practicados comúnmente, como el tiro con arco y flecha, al que ahora llamamos rayuela, y la carrera a pie, que consistía en subir las escaleras del Templo Mayor, y en la cual participaban adultos y niños, ante espectadores que se concentraban a aportar. Había también un tipo de lucha en la que un prisionero, provisto de armas, pero amarrado de un pie, peleaba contra algunos guerreros; si ganaba la contienda, tenía derecho a obtener su libertad.

La caza, además de tener un sentido religioso y de ser un derecho comercial entre los pueblos, era un pasatiempo de los señores. Aquel que cazaba tigres, leones o águilas, era excelente, era admirado y podía aspirar a caballero o propósito (facultad de presidir y mandar en una comunidad), como reconocimiento digno de sus habilidades y su persona: He aquí un antiguo carácter político del deporte. (1)

Por su parte, las castas de los guerreros se preparaban como verdaderos atletas, ya que sus funciones bélicas así lo exigían. Durante los juegos militares, las tropas repre-

sentaban en forma de simulacro una batalla campal, donde ofrecían al pueblo los medios para defenderse; con ello los guerreros se mantenían siempre en estado de alerta.

Otra habilidad que implicaba la idea de deporte, en la medida que requería de un ejercicio físico sistemático, -- era "el volador", que consistía en cortar el árbol más alto y derecho, despojarlo de sus ramas y corteza, y clavarlo en el centro de una plaza, acompañado de ofrendas; en el extremo superior se colocaba una pequeña plataforma movible, de la que pendían cuatro cuerpos sostenidos por un bastidor cuadrado, - de cuyos ángulos se descolgaban, amarrados de los pies, otros cuatro hombres que daban 13 vueltas alrededor del poste; los vóladores, disfrazados de águilas, garzas, quetzales, u otras aves, giraban en el aire con las "alas" extendidas, mientras un danzante, de pie en la tabla, se mantenía cubierto con una capa de plumas. (2)

Cuando los españoles conocieron algunas de las actividades de las culturas mesoamericanas, comprobaron que los juegos se caracterizaban por la utilización de la fuerza y el equilibrio, por el esfuerzo físico y por la destreza.

Sin embargo, después de la conquista, el juego perdió su carácter religioso y su esencia ritual; se impusieron otros juegos condicionados por reglamentos y por las circuns-

tancias de cada época, que han llegado a convertirse en una actividad mediante la cual el hombre encuentra, unas veces, una evasión de sus problemas cotidianos, y otras, demostrar una superioridad ficticia sobre otros hombres para conseguir un status en la sociedad competitiva en la que ahora se encuentra inmerso; ganar le da prestigio.

El deporte fue transformándose hasta alcanzar, en nuestros días, una influencia tan amplia, que nadie, de alguna manera, es indiferente a ella. De ahí la importancia otorgada a la actividad deportiva por los medios de comunicación.

El nacimiento del periodismo en América difiere mucho del europeo. Tocó a la Nueva España ser, de entre las colonias americanas, la que instaló primero la imprenta, en el año de 1539; y fue el lombardino Juan Pablos, el encargado de su manejo, a quien se considera el primer impresor en tierras del Nuevo Mundo, así como el primero en publicar noticias provenientes del extranjero. (3)

Durante la época colonial, en México se inició, en forma lenta, la actividad periodística, la cual estuvo condicionada por más de tres siglos a la influencia político-económica de la dominación española. (4)

En la época de la Independencia mexicana, se inició

también una nueva etapa dentro del periodismo: todas las publicaciones adquirieron una índole política o religiosa y ampliaron poco a poco sus temas. En ese tiempo se hablaba por primera vez de prensa y comenzó el periodismo polémico.

Fue alrededor de 1896 cuando, en forma incipiente, - hizo su aparición la prensa concebida como empresa y empieza el abaratamiento y popularización real del periódico. (5)

A partir de 1900 se hizo una información especializada en el periodismo deportivo; primero fue la actividad taurina la que apareció, en forma de relleno, en diferentes publicaciones, pero, "de acuerdo a las investigaciones de Velasco Valdés, fue el "Imparcial", en 1907, editado por Enrique Simondetti y cuyo director era Juan Sánchez Azcona, el primero en publicar una página deportiva". (6)

De manera paulatina, los deportes de la época fueron apropiándose de un espacio permanente en los periódicos, a través de revistas, primero mensuales, quincenales o semanales, hasta llegar a los modernos diarios deportivos.

La tauromaquia y los espectáculos abrieron el camino de la actividad periodística deportiva; aparecieron publicaciones como "El eco taurino", de Armando de María y Campos, y "El excursionista", (de 8 páginas) sobre el mismo tema. En 1947 nació "Ovaciones", con noticias taurinas y de espectáculos; -

por su parte, la Compañía Periodística Nacional hizo, en 1926, "Toros y deportes"; el 24 de noviembre de 1928, sale a la luz "El redondel", encabezado por Abraham Vitak y Alfonso de Icaza, famosa publicación especializada en deportes y toros, con noticias nacionales y extranjeras, sobre todo de España.

De 1921 a 1931 apareció "Diversiones", de Mario Lozano Méndez. Trataba sobre deportes, espectáculos sociales y variedades; en 1927 se publicó "Respetable público", de Alfonso Gallardo, también de deportes y farándula. Al igual que en la capital de la República, en el interior del país -- aparecieron publicaciones, como en San Luis Potosí "Aire Libre", en 1930, magazine de caza, pesca y otros deportes. -- Conforme la población aumentaba, se incrementó la demanda de información. (7)

Más adelante aparecen los diarios deportivos especializados: en 1930 sale a la luz pública "La Afición" (el primero y el más antiguo, incluso en América Latina, especializado en deportes); "Ovaciones", que se había manejado como revista, se hace diario; "Estadio" surge en el interior del país. Pero es "Esto" el primer diario especializado en deportes que nace utilizando técnicas de impresión más modernas.



## 2. El deporte y el tiempo libre

En un pequeño ensayo acerca del tiempo libre, Pablo Cabañas Díaz señala que "en el curso de la historia, la interpretación del trabajo y del tiempo libre se ha modificado en relación con las críticas y las definiciones de los distintos modos de producción". (8)

Considerado de este modo, el uso del tiempo libre -- ha pasado de ser tenido como una actividad creadora "inherente a la esencia misma del hombre" (9) -- como lo creían los antiguos griegos refiriéndose sólo a la clase esclavista--, a -- convertirse en un factor de importancia económica mercantil -- en la sociedad de consumo en la que vivimos. Pero, no obs-- tante las diferencias históricas, el tiempo libre siempre ha encontrado su definición en contraposición al trabajo y a las obligaciones de cualquier tipo, de modo que por lo general sólo se le relaciona con las actividades de esparcimiento o de interés individual.

Actualmente el tiempo libre es la materia prima en -- la que se sustenta toda una industria de la distracción y del espectáculo, que no sólo busca la ganancia económica, sino -- que a la vez promueve modelos de vida basados en el consumis-- mo. En nuestra sociedad, el uso del tiempo libre, como forma de satisfacer una necesidad espiritual ha derivado ideoló

gicamente en la conversión del consumo de mercancías en una forma fetichizada de realización humana, imbuída principalmente desde las pantallas cinematográficas, la radio y las series y programas televisivos (los más importantes acaparadores -- del ocio), que imponen como diversión discursos en los que se refuerzan los valores convencionales y se fomentan aspiraciones satisfacibles, sobre todo, a través de la competencia.

Junto a esos "medios" que organizan el tiempo libre de la sociedad imponiendo gustos, preferencias, ideas y, en suma, modelos de vida, se encuentra la actividad deportiva, igualmente puesta al alcance de las masas y deformada por los medios masivos al ser presentada como un camino accesible a todos, que conduce a la superación a través de la competencia.

Es cierto que el ejercicio que se realiza con fines puramente recreativos podría satisfacer las exigencias humanas más importantes, porque no sólo refuerza la salud y disminuye las enfermedades, sino que asegura la comprensión de los hombres, alejándolos de la monotonía y del aburrimiento (de ahí que algunos panegiristas del deporte afirmen que éste puede servir para aumentar la disposición al trabajo, incrementar de modo indirecto la productividad y desarrollar una serie de cualidades sociales que mejoran las relaciones entre los hombres). Pero en un sistema económico como el nuestro, que ofrece pocas oportunidades reales a las mayorías de mejo-

rar su nivel de vida, y donde el promedio de preparación escolar no alcanza el sexto grado de primaria, el deporte es convertido en una forma optativa e ilusoria de satisfacer las aspiraciones personales y de superar las dificultades económicas.

Por eso, el deporte, a diferencia del alcoholismo y la drogadicción, no es atacado abiertamente por la sociedad, pues no se presenta como una manera de evadir abiertamente -- los problemas más inmediatos (desempleo, desintegración familiar, brecha generacional, etc.), sino que pretende ser una puerta hacia el cumplimiento de las aspiraciones sociales de los individuos.

Por esa razón la función del deporte en una sociedad de clases no podría ser comprendida cabalmente sin tomar en cuenta el papel de los medios de información -- considerados como aparatos ideológicos que producen las condiciones de reproducción del sistema económico -- desempeñan en la organización del tiempo libre, al despojarlo de todo significado lúdico o espiritual para convertirlo en una industria que vende ilusiones, es decir, que impone modelos de relaciones sociales basados en el arribismo y la megalomanía que se satisface con el consumo de mercancías.

El deporte, en nuestra sociedad, se ha transformado

progresivamente en una industria más entre tantas, conforme - ha perdido todo sentido de libertad y espíritu creativo.

### 3. El deporte y los medios de difusión

El ejercicio físico posee una historia que se remonta a los primeros pobladores del planeta, hasta llegar al siglo XX, donde prácticamente ha desaparecido la idea consciente de desarrollar un juego o deporte con el propósito expreso de agradar a alguna divinidad.

Sin embargo, a pesar de los cambios que la sociedad humana ha sufrido en lo político, lo religioso o lo económico, el deporte sigue adaptándose a las circunstancias y se encuentra profundamente arraigado y transformado. Si antes el rey, el sacerdote o un excelente cazador primitivo podían realizar sus habilidades con destreza para impresionar a los súbditos, y de ese modo obtener una gran influencia social que abarcaba lo económico y lo político, hoy la posibilidad de influencia de los nuevos deportistas se da en forma poderosa a través de la publicidad, los medios de comunicación y el mejoramiento de la técnica.

Más adelante, será posible comprender mucho mejor el modo en que la información deportiva llega hasta el informador o el medio.

Los procedimientos de la información deportiva son simples y variados; van desde la noticia redactada por un colaborador o por una agencia, y la distribución de la misma -- por una red de los medios, hasta la clásica y socorrida rueda de prensa. Sin embargo, el rumor es uno de los aspectos más utilizados a la hora de rellenar la página de los diarios o los comentarios de radio y televisión.

El rumor deportivo, al ser fuente inagotable de controversias y de enfrentamientos, en su faceta de espectáculo, suele ser el medio más eficaz para poder tratar el tema con variantes en su exposición. El rumor suele sacar del apuro al periodista deportivo, cuando se encuentra la misma información de siempre. Se puede hablar de la posible dimisión de un entrenador, del posible cambio de un jugador, de la posibilidad de un enfrentamiento entre aficionados y directivos.

El periodismo deportivo hace que el interés del aficionado se mueva en unos cuantos aspectos: los éxitos y los fracasos de su equipo favorito, la actuación de determinados deportistas y el atractivo del dinero que ganan las figuras del deporte. Es, por tanto, relativamente fácil satisfacer estos deseos, pues, las fuentes que pueden dar información -- sobre tales sucesos están abiertas al periodista, salvo en casos excepcionales.

Naturalmente, la principal fuente de noticias de los

periodistas deportivos son los mismos deportistas; un club, una sociedad, los dirigentes o los federativos, nunca podrán contar con igual importancia que aquellos. El deportista es quien realiza el deporte, luego, es él quien interesa al público; los demás son piezas accesorias entre las cuales encuentra su lugar el deportista.

Pero el deporte, en los medios de comunicación social, no se ha llevado a través de cauces formativos, sino con base en procedimientos procuradores de ventajas económicas. Las fuentes desean explotar a su conveniencia este tipo de información, y al ser ellas las promotoras de la noticia, inciden en los aspectos más atractivos de los deportes. Hemos hablado ya del deporte como espectáculo y de que éste es el que con más insistencia penetra en los medios de comunicación social, transmitido a través de canales específicos, los cuales lo difunden con lujo de detalles y con el mayor espacio posible. (10)

Las fuentes deportivas son muy reincidentes en sus informaciones, por eso basta un modelo simple para ofrecer a los medios de comunicación la posibilidad de aumentar, por ellos mismos, cualquier noticia al rango de reportaje o entre vista.

El deporte no encuentra un correcto manejo en los --

medios de comunicación social, debido a que toda la información posible se subordina a promover los deportes espectáculo. Los canales de información escogen las noticias y las seleccionan de tal modo, que al resumirlas a los deportes espectáculo —fundamentalmente al fútbol—, dejan sólo "migajas" para el resto de los deportes. Este planteamiento de la situación informativo-deportiva, que supone para el público una distracción, en lugar de un esparcimiento, se comprueba en la programación de radio y televisión y en las páginas de los diarios deportivos y de información general: el fútbol abarca casi todo.

En cuanto a la difusión del deporte por medio de la prensa escrita, la acogida del público lector de diarios o revistas, viene como consecuencia de la información masiva del fútbol, aparecida en los otros medios de difusión.

Esa difusión ha comprometido, posiblemente, la imagen del periodista deportivo. En cierto modo, es comprensible un enfrentamiento entre quienes cultivan un tipo de periodismo más abierto a otros deportes —en apariencia necesitado de una información más enterada— y los periodistas encasillados en un tema específico y determinado.

Si a ello le unimos que la información radiofónica de los domingos se dedica con mayor prioridad al fútbol, y

las páginas deportivas de la prensa están llenas en su gran mayoría del tema futbolístico, sacaremos en conclusión que en este país, el único deporte que parece existir es el fútbol.

Está bien que las fuentes de información deportiva presenten, a través de los canales de dicha información, lo más interesante y noticiable del fútbol como deporte y como espectáculo; pero es evidente que las denuncias sobre este exceso también deben ser consideradas, si no se quiere minimizar la importancia del deporte. Pero en este aspecto de la minimización del deporte, no son exclusivamente culpables los medios de comunicación colectiva; también lo son los organismos y dirigentes del deporte minoritario.

Uno de los aspectos negativos de los organismos o entidades deportivas, se debe a que delegan sus obligaciones en los medios de información o en los profesionales del periodismo deportivo, quienes deben buscar las noticias que, además, sean del gusto de los dirigentes. Pocos se han percatado de que, a veces, los propios organismos oficiales interesados en la promoción deportiva cierran las puertas a los periodistas, debido a comentarios o reportajes en los cuales han salido a relucir las fallas de sus dirigentes. Esta es una de las razones por las cuales no existe un reconocimiento a la labor del periodista o especialista de cada deporte, salvo en contados casos y, por supuesto, hacia los medios de comunicación,



que son, a fin de cuentas, quienes posibilitan la propaganda hecha a cada deporte, e incluso, a los dirigentes de cada uno de ellos.

En definitiva, las fuentes y los canales oficiales - a través de los cuales se debería obtener la información deportiva, no se encuentran siempre abiertos al periodista. En cuanto a tales anomalías tienen mucho que responder las famosas oficinas de prensa y relaciones públicas, llevadas por -- aficionados, quienes, a pesar de su buena voluntad, desconocen la mecánica informativa.

## CAPITULO II

### QUIENES PRODUCEN LA PRENSA DEPORTIVA

**1. Periódicos**

- a) Periódicos especializados
- b) Medios de información que incluyen sección deportiva

**2. Revistas especializadas en deportes**

**3. Radio y Televisión**

- a) Radio
- b) Televisión

1. Periódicos

Cuando llega un diario a nuestras manos, vemos que su contenido está clasificado en una serie de apartados completamente definidos, en los cuales se ha colocado la información propia de cada uno de ellos. Una mirada más a fondo del contenido ofrecido por este instrumento de comunicación colectiva, proporcionará la valoración que en él se da a los temas tratados en sus páginas, al margen de situaciones en las cuales la información está supeditada a uno o varios acontecimientos de gran trascendencia, y que durante la trayectoria de la vida de un periódico se mantiene por unos cauces bien definidos.

En esta constante variación informativa se encuentra la gran virtud de la prensa, pues si en determinados momentos se insiste sobre un tema, es debido a la existencia de un público interesado que solicita información del mismo. Por eso conviene a la propia empresa editora mantener secciones fijas para que en ellas sean tratados los temas cotidianos de interés general. Entre estas secciones existe una que en poco tiempo ha conseguido ser de las fundamentales del periódico.

co, así como de la radio o la televisión: se trata de la sección deportiva. Hoy en día es rarísimo el medio informativo que no dedica un gran espacio o tiempo a ofrecer a sus lectores lo acontecido en la actividad deportiva.

Sin embargo, el intento de llevar desde las páginas deportivas y desde otros medios de comunicación una campaña, o mantener una información continuada sobre un tema de valor cultural positivo, no pasa de ser una posibilidad. El deporte, tal parece, sólo es un motivo para la venta comercial y para obtener publicidad.

Desde sus inicios, el periodismo ha sido manejado -- por propietarios de grandes empresas, que en algunos casos -- se unieron a otros grupos de decisiva influencia, para conseguir aumentar la venta y el tiraje de sus periódicos. En la actualidad este proceso presenta grandes dificultades y la fundación de una empresa periodística solvente ya no es cuestión de unas pocas personas, sino de sociedades con capacidad suficiente para poder afrontar los enormes gastos de un proyecto de este tipo. Ello se debe a los costos de producción, cada día en alza, al precio del papel y de las tintas, y a -- las fuertes inversiones para contar con una maquinaria moderna.

Asimismo, existe una gran diversidad de periódicos y

revistas que, lógicamente, se restan unas a otras la cantidad de receptores de la información; esto, y la existencia de los otros medios de comunicación, han obligado a las empresas periodísticas a explotar los temas de interés masivo. Producto de esto es la información deportiva.

El periodismo impreso, como negocio, ha sido reducto de unos pocos privilegiados que se han amoldado a las circunstancias actuales, convirtiendo sus diarios y revistas, en medios de costo reducido y recursos eficaces. Para ello, las técnicas de impresión están sufriendo una constante evolución, que se manifiesta en la reducción del personal calificado y técnico, y en el desplazamiento de procedimientos como el huecograbado.

El interés del público hacia el deporte, difundido a través de los instrumentos de comunicación colectiva, ha sido promotor de la creación de empresas periodísticas, dedicadas a la información deportiva, entre las cuales se hace obligado hacer una separación:

a) Periódicos especializados

Existen varios periódicos especializados en la difusión del deporte, como ha quedado establecido anteriormente. El 4 de noviembre de 1928 se creó la primera publicación domi

nical --que aún persiste-- dedicada a la "fiesta brava", "El Redondel".

Dos años después, el 25 de diciembre de 1930, se fundó el primer diario que trataba de todos los deportes en general: "La Afición". Se dice que éste fue el primero en el mundo especializado en deportes, con un tiraje de 98 500 ejemplares. Posteriormente, el 2 de septiembre de 1941, nacía el pie fundador de una de las empresas periodísticas más fuertes de nuestro país: el diario deportivo "Esto"; cabe hacer mención de que en sus inicios, dicho medio informativo no era especializado en deportes, y que logró en parte su popularidad, gracias a las magníficas fotografías de los hermanos Mayo. Actualmente tiene un tiraje de 400 200 ejemplares diarios.

La importancia que empezaba a cobrar la difusión del deporte en México, fue el motivo para que seis años después, en 1947, surgiera el diario "Ovaciones", a la fecha uno de los de mayor gusto entre el público lector, con un tiraje de ---- 220 000 ejemplares diarios. En la década pasada surgieron dos nuevas publicaciones: "Estadio", de circulación diaria, y "Deporte Gráfico", periódico semanal especializado casi exclusivamente en la difusión del fútbol americano.

De la misma manera existen, en el interior de la Re-

pública Mexicana, periódicos especializados en deporte, entre los que podemos mencionar: "ABC", semanario deportivo editado en Monterrey, Nuevo León, y "El sol deportivo", diario -- vespertino editado en San Luis Potosí y perteneciente a la Organización Editorial Mexicana (vespertino de "El Sol" de San Luis Potosí).

b) Medios de Información que incluyen sección deportiva

Por otra parte, existe un total aproximado de 2 319 publicaciones periódicas, en la República Mexicana, que incluyen en sus interiores secciones deportivas; 228 son diarios, incluyendo 202 matutinos y 26 vespertinos. Además, 437 semanarios y 1 654 con diversa periodicidad. (11)

2. Revistas especializadas en deportes

En lo que se refiere al renglón de revistas especializadas en deportes, el número es muy extenso y su gama muy variada. Entre las más conocidas y de mayor tiraje podemos mencionar "Automundo deportivo", con todo lo referente al automovilismo; "Balnearios" que, aunque en un sesenta por ciento es turística, incluye artículos de fondos sobre nata--



ción y clavados; "El Halcón", "Box y Lucha", "Nocaut", -- "The Ring en español", "Arena", con artículos, entrevistas y comentarios del deporte de los encordados; "Swing soccer", "Sólo fútbol", "América", "Balón", con temas de fútbol; - "Meta", "Récord", "Deporte color", con temas generales; -- asimismo, con temas específicos, "Revista scout"; "Campis--mo"; "Swing beis", "Swing golf", "Swing tenis", "Técnica pesquera", "Remo", "Moto mundo", entre otras muchas.

### 3. Radio y Televisión

Existen, de la misma manera que la prensa escrita, - otros canales informativos para el periodista deportivo, como lo son el radio, la televisión y el cine, en los cuales el re portero tiene que hacer gala de mucha habilidad, ya que el pú blico receptor, al menos en los deportes televisados o filma dos, presencia de manera directa las diferentes acciones que se le plantean.

#### a) Radio

El personal de casi todas las estaciones de radio es pequeño; en algunos casos el presupuesto no es lo suficiente mente amplio para contratar especialistas de tiempo completo. Generalmente, los miembros del personal preparan y anuncian -

los programas especiales, entre ellos los de deportes, pero algunas de esas transmisiones suelen ser encomendadas al periodista, por lo tanto, éste debe conocer bien los requisitos de esas transmisiones especiales.

Otra posibilidad es que el gerente de la estación emplee a un especialista y le pague por cada programa, en lugar de pagarle un sueldo fijo por todo su tiempo. Por ejemplo, se suele contratar al jefe de la sección de deportes de un periódico, únicamente para que transmita la descripción, jugada por jugada, de algún encuentro deportivo. Lo que se le paga se llama "honorarios por talento".

En el presupuesto de la estación hay dinero para el pago de esos honorarios por talento, pues los programas especiales interesan a los anunciantes, quienes desean que sus mensajes lleguen a los públicos que escuchan esos programas.

En cuanto a la sección deportiva de los noticieros radiofónicos generales, el periodista o redactor debe tener conocimiento de todos los deportes, aunque no se trate de un programa específico, ya que debe escribir notas acerca de los encuentros deportivos, o de sus resultados, para los noticieros comunes.

Por lo general esas notas deportivas son cortas; los

detalles completos se reservan para los programas deportivos especiales. Las mismas reglas de redacción y de arreglo del material que se aplican a los temas sobre política, economía y medicina; valen para el artículo informativo: debe ser breve, sencillo y exacto.

No se necesita mucho tiempo para obtener el resultado de un juego e incluirlo en el noticiario, mas el periodista necesita conocer suficientemente bien los términos, para poder redactar un artículo exacto. Debe conocer la diferencia, por ejemplo, entre un hit de dos bases, (llamado un "double") y un doble play. Los términos empleados deben ser ---acordes a la jerga deportiva.

Asimismo, los servicios de noticias transmiten, a -- veces por teletipo, los resultados de juegos en otras ciudades y otros países. El periodista deportivo debe obtener él mismo, los resultados locales, aunque no es necesario que presencie el juego, ya que el propietario o el director del equipo que gane el juego, generalmente, telefonará a la estación de radio y dará los resultados del mismo, y ciertos pormeno--res, si se le pide con anticipación que así lo haga.

El resultado de los juegos importantes debe darse -- también a la telefonista de la estación. Algunas personas -- que no escucharon la transmisión quizá telefoneen posterior--

mente en solicitud de informes. Este es un servicio al público proporcionado por la estación.

Los programas deportivos contienen, también, entrevistas con entrenadores, jugadores y funcionarios del equipo. A los aficionados les agrada escuchar esas entrevistas. De la misma manera les gusta oír las voces y opiniones de sus estrellas favoritas. Los jugadores generalmente conceden sin dificultad la entrevista.

Para hacer la narración de un encuentro, jugada por jugada, mientras el mismo se está desarrollando, se necesita una pericia especial que exige práctica y experiencia. El locutor debe transmitir al radioescucha el interés vivo que despierta el juego; pero si él mismo se excita demasiado, el radioescucha quizá no pueda comprender lo que está ocurriendo en el juego. El locutor debe hacer un relato fiel y claro de lo que está sucediendo.

Un buen locutor no deforma su descripción con su opinión personal, relata los hechos y deja que el radioescucha forme sus propias opiniones. El locutor explica reglas y términos, que quizá el radioescucha ordinario no comprenda fácilmente, y repite con frecuencia la anotación, en servicio de aquellos que hayan sintonizado la estación después de ha-

berse iniciado el juego. No critica a los jugadores, ni censura las decisiones del árbitro, o juez del juego.

Otro aspecto importante que manejan los locutores -- son las estadísticas; éstas se emplean con frecuencia en los programas deportivos, mucho más que en los noticieros. A los aficionados les agrada conocer estos datos, porque les proporcionan un índice de la calidad de un jugador o equipo. El locutor suele tener un ayudante, que le facilita las estadísticas e identifica a los jugadores en el transcurso del encuentro.

Son varias las estaciones de radio que transmiten -- eventos deportivos especiales, entre ellas podemos mencionar a la XEX y la XEW, que lo hacen con mayor frecuencia, casi -- siempre en forma simultánea con la TV.

#### b) Televisión

En los países capitalistas, como México, la televisión y el deporte no son autónomos; ambos se encuentran vinculados estrictamente dentro del sistema, respondiendo a los intereses de los grupos dominantes, y a los intereses de los focos o emisores institucionalizados.

Esto quiere decir que los responsables de las conse-

cuencias positivas o negativas del deporte, no son los medios de comunicación en sí, sino las personas que producen el espectáculo, pues son ellas las que opinan y transforman la información y las noticias, de acuerdo a sus intereses económicos e ideológicos.

En particular, la televisión se encuentra entronizada en el hogar, difundiendo programas informativos, culturales y de entretenimiento, junto con anuncios publicitarios -- que fomentan los hábitos de consumo. Por medio del deporte, la televisión refuerza y alimenta un espíritu de competencia social que fetichiza el consumo de bienes y lo hace aparecer como forma de lograr anhelos y esperanzas. Las transmisiones de espectáculos deportivos, por su importancia como medio de ventas comerciales, se hacen en horarios seleccionados; sobre todo los sábados y domingos. Los patrocinadores cubren los gastos de transmisión pagando altos costos por cada anuncio comercial, con el objeto de tener más público sentado ante un aparato.

El deporte tiene, de por sí, suficiente atractivo para los más diversos sectores de la sociedad, desde los estratos más altos, a los más humildes, puesto que es una de las pocas actividades cuyo conocimiento no es privativo de una determinada clase social.

Pero esta unificación social por medio del deporte, es sólo aparente: la unificación se da por la necesidad del ser humano para entretenerse sin importar su condición social; necesita practicar o participar como espectador de algún deporte, y su interés lo lleva a adquirir un conocimiento o información común; sin embargo la práctica de algunos deportes está vedada a los estratos sociales bajos, debido a los costos elevados de los equipos correspondientes. Esta desigualdad económica también se llega a manifestar en aquellos encuentros o juegos en lo que subyace un antagonismo social implícito, que aumenta el interés del espectador pues le permite transferir la solución de sus problemas reales al resultado de una competencia.

Un ejemplo claro de este fenómeno lo constituye los partidos de fútbol entre los equipos América y Guadalajara, en los que el primero ha llegado a simbolizar el poder económico y extranjero (en él se resaltan esos aspectos, principalmente; pues, incluso, alguna vez se denominaba "millonarios", y siempre ha tenido varios jugadores extranjeros como "estrellas"), mientras que el segundo ha querido representar los valores nacionalistas y populares.

La manifestación de la lucha de clases en el deporte nacional es velada por ilusiones que los medios de comunicación fomentan y alimentan, respondiendo a los intereses ideo-

lógicos de la clase dominante.

La televisión, además de industria o medio de lucro, es un aparato de dominación ideológica, un instrumento que -- sirve a sus poseedores como medio de reproducción de los valores del sistema económico establecido.

La información deportiva llena un espacio importante de la vida del espectador y permite al aficionado sentirse incorporado a la sociedad con alguna participación y noticia -- del momento, ya que el deporte ha llegado a imponerse como un elemento de identificación nacional que, entre otras cosas, - deja ver el grado deplorable de la preparación educativa.

En un medio social de bajo alfabetismo, como el mexicano, la televisión, se impone como dueña exclusiva de la verdad sobre el sentido de las cosas y de los seres; se convierte en intérprete encargado de transmitir a las masas el significado de los fenómenos y procesos sociales. El deporte se desenvuelve bajo el poder del pensamiento ideologizado.

La televisión, al igual que los demás medios de comunicación, representa un poder tecnológico de manipulación y - adoctrinamiento. Este hecho, incontrovertible, suprime todas las pretensiones de objetividad aducidas por los propietarios de los mismos medios. "Los productores son, pues, quie



nes planifican nuestras necesidades en base a las de ellos".  
(12).

La mitificación del deportista que hacen los medios de información masiva, resalta las "virtudes" de competencia del individuo que forma parte de la sociedad, vive dentro de la "realidad" y es un ser humano reconocible por todos, con el fin de lograr una representación que aparezca como el modelo ideal del hombre.

La televisión actualiza los mitos, los administra y renueva; la radio, la televisión y la prensa no saben ya qué imágenes y superlativos emplear, ni de qué poemas épicos ex--traer metáforas, para exaltar la gloria de los campeones, los incuestionables héroes de las masas de hoy.

**CAPITULO III**

**QUIENES MANEJAN EL DEPORTE**

1. Clubes Privados

2. El Estado y el Deporte (Organismos)

1. Clubes Privados

En México, a principios de este siglo, se dieron algunos pasos para fomentar el deporte con el objetivo principal de mejorar las condiciones físicas de la juventud. Uno de los primeros antecedentes de la promoción del deporte es la Asociación Cristiana de Jóvenes (YMCA), fundada en 1902, que entre otras actividades propagó la gimnasia, el fútbol, la natación, el beisbol, el basquetbol y las artes marciales. Vinieron al país preparadores deportivos, especializados en técnicas modernas, con lo cual obtuvo un alto crédito y prestigio la formación de equipos de excursionismo y natación.

Por su parte, los deportivos Hacienda y Chapultepec han participado desde los años treintas en la organización del ejercicio físico en México, en actividades como el frontón, tenis, bádmington, box, esgrima, levantamiento de pesas, natación y otros.

El propósito de mantener el cuerpo en buen estado físico, hizo que los estudiantes universitarios se organizaran para crear el Pentatlón Deportivo Militarizado Universitario, organismo que cuenta con un enorme prestigio entre la juven

tud desde el 9 de julio de 1938.

Asimismo, existen clubes privados que se dedican a la difusión del deporte amparados en un nombre reconocido como son el Guadalajara, el América, el Unión de Curtidores y otros muchos.

Una de las áreas donde la relación entre el deporte, los medios informativos y el capital privado se manifiesta -- con toda claridad, es el fútbol soccer, en el cual cabe exponer el caso del club América, como ejemplo ilustrativo de la fusión entre los intereses empresariales y la actividad deportiva.

El Club de Fútbol América, S. A. (sic), tiene 67 años de "existencia futbolística". Nació en el año de 1916, con el nombre de Club Récord; empezó a practicar el fútbol en los llanos de la colonia Santa María, para trasladarse al poco -- tiempo a la Condesa, "catedral", por aquel entonces, de los -- devotos del fútbol. Tiempo después se hizo una fusión de -- dos grupos de muchachos, los del Récord y los del Colón, de la cual surgió el América.

En 1917, se formalizó su ingreso a la Liga Mexicana de Aficionados de Fútbol Asociación. Todo lo anterior fue -- llevado a cabo por un grupo de adolescentes encabezados por --

un integrante del equipo Récord, de apellidos Garza Gutiérrez y por Germán Núñez Cortina, entre otros.

Por aquellas fechas, en la mayor parte de los colegios particulares, administrados por religiosos, se practicaba el fútbol, y con jugadores ex-estudiantes de esas escuelas el club América empezó a nutrirse. Se jugaba en ligas infantiles y en torneos interescolares juveniles. En la temporada 1918-20, al producirse la fusión de los grupos futbolísticos de los Hermanos Maristas de Alvarado, la Perpetua, Saviñón y San José, bajo el nombre de "Unión", el América obtuvo el subcampeonato. (13)

Sin embargo, el carácter amateur y deportivo se fue perdiendo paulatinamente, hasta convertirse en una gran empresa comercial. El genio empresarial de Emilio Azcárraga Vi-- daurreta y después el de su hijo Emilio Azcárraga Milmo, hi-- cieron del América una institución comercial poderosa.

Actualmente, para nadie es desconocido que el consorcio Televisa, S. A., es el primer publicirrelacionista del equipo América, y que éste, a su vez, es uno de los agentes comerciales más efectivos de la empresa televisiva. Todos los -- partidos del América son televisados; preguntémosnos ¿cuánto -- gana Televisa por el tiempo de transmisión?, ¿cuánto por la venta de espacio para los anunciantes?, ¿cuánto gana el ----

equipo América por la entrada de taquillas? ¿cuánto cuesta - la contratación de un jugador extranjero?. De aquí que el - fútbol, sea un gran negocio.

Un ejemplo de algún modo contrario a esa política comercial, sería el del equipo Cruz Azul (cooperativa), que suspendió la publicidad y destinó sus recursos a fomentar el de-  
porte.

## 2. El Estado y el deporte (Organismos)

El 20 de julio de 1933, el expresidente de la Repú--  
blica Abelardo L. Rodríguez, creó la Confederación Deportiva  
Mexicana, como máxima autoridad representativa del deporte fe  
derado, con facultades de supervisión y control en competen--  
cias deportivas, realizadas por las federaciones. Actualmen  
te, la Confederación Deportiva Mexicana, está formada por las  
42 asociaciones siguientes:

Federación Mexicana de Actividades Subacuáticas

Federación Mexicana de Ajedrez

Federación Mexicana de Artes Marciales

Federación Mexicana de Atletismo

Federación Mexicana de Bádmington

Federación Mexicana de Basquetbol

Federación Mexicana de Beisbol

Federación Mexicana de Billar

Federación Mexicana de Boliche

Federación Mexicana de Boxeo

Federación Mexicana de Canotaje

Federación Mexicana de Ciclismo

Federación Mexicana de Charros

Federación Mexicana de Deportes Aéreos

Federación Mexicana de Deportes sobre Ruedas

Federación Mexicana Ecuestre

Federación Mexicana de Esgrima

Federación Mexicana de Esquí Acuático

Federación Mexicana de Frontón

Federación Mexicana de Fútbol

Federación Mexicana de Gimnasia



Federación Mexicana de Golf

Federación Mexicana de Handball

Federación Mexicana de Hockey

Federación Mexicana de Judo

Federación Mexicana de Levantamiento de Pesas

Federación Mexicana de Lucha

Federación Mexicana de Medicina del Deporte

Federación Mexicana de Motociclismo

Federación Mexicana de Motonáutica

Federación Mexicana de Natación

Federación Mexicana de Pentatlón Moderno

Federación Mexicana de Polo

Federación Mexicana de Remo

Federación Mexicana de Squash

Federación Mexicana de Softbol

Federación Mexicana de Tenis

Federación Mexicana de Tenis de Mesa

Federación Mexicana de Tiro al Arco

Federación Mexicana de Tiro, A. C.

Federación Mexicana de Vela, y

Federación Mexicana de Voleibol (14)

Además, la CoDeMe, cuenta con delegaciones en cada una de las entidades federativas, así como en la Universidad Nacional Autónoma de México, en universidades de los estados y en el Instituto Politécnico Nacional.

Salvador Acevedo, director de Prensa y Relaciones Públicas de la CoDeMe señaló: "Los objetivos y funciones de la Confederación Deportiva Mexicana son: impulsar el deporte nacional, procurar su unificación a través de las federaciones, elevar moral, cultural, física y técnicamente a los deportistas; CoDeMe orienta, promueve, organiza e impulsa la práctica sistemática del deporte de aficionados, coordinando sus funciones con los organismos gubernamentales y las instituciones afines; establece la coordinación necesaria, para contar con la colaboración de los organismos federales estatales, municipales y particulares, que promueven la educación física y el deporte.

"Asimismo, fomenta la unidad deportiva nacional, a -

fin de que todas las actividades en el país se cumplan conforme a un plan, un programa y un calendario deportivo; apoya los eventos organizados y autorizados oficialmente por las Federaciones; supervisa la preparación y avala la participación de los deportistas mexicanos, en competencias y campeonatos internacionales, en coordinación con el Comité Olímpico Mexicano; y, entre sus funciones más importantes, estudia, adapta y difunde los procedimientos de enseñanza técnica y los procesos de entrenamiento más adecuados para la preparación de los deportistas, que participen en los eventos promovidos por las federaciones y sus diferentes categorías". (15)

También en 1930, se creó el Consejo Nacional de Educación Física, con el propósito de controlar en todo el país la educación física; actualmente se ha convertido en la Dirección General de Educación Física, que depende de la Secretaría de Educación Pública.

Mientras tanto, el Departamento Autónomo de Educación Física, también en la década de los treinta, se encargaba de las funciones administrativas, técnicas y de difusión del deporte en todo el país, y de la organización de los desfiles atlético-deportivos.

En 1960, el Comité Olímpico Mexicano y la Confederación Deportiva Mexicana debían tender a la consecución de los

siguientes aspectos:

- a) Fomentar la ejecución de los programas educativos sociales del Gobierno Federal, especialmente los planeados para la juventud.
- b) Estimular el concurso para las planeaciones que tuvieran como objeto asegurar la salud y el bienestar del mexicano.
- c) Que el nivel técnico-didáctico no resultara inferior al de otros pueblos, que con menos recursos, han alcanzado un firme progreso y conciencia de los innumerables beneficios derivados de la práctica de las disciplinas físicas deportivas.
- d) Hacer un cuidadoso estudio para elegir los sistemas de organización más prácticos dentro de las posibilidades, contando con la intervención y --ayuda de dirigentes y deportistas.
- e) Revisar y rectificar procedimientos arcaicos ajenos a las corrientes impuestas por las técnicas modernas. (16)

El 7 de diciembre de 1962, el entonces jefe del Departamento del Distrito Federal solicitó el registro oficial

de la candidatura de la Ciudad de México como sede de los juegos de la XIX Olimpiada. Se cristalizaba, así, una vieja aspiración varias veces expuesta por los dirigentes del deporte aficionado, y el 29 de mayo de 1963, el expresidente de la República, licenciado Adolfo López Mateos, consagró legalmente esa iniciativa. El 18 de octubre del mismo año, durante la sexágésima sesión del Comité Olímpico Internacional, se designó a México como sede de los XIX Juegos Olímpicos. Este hecho resultó la mejor oportunidad para consolidar y superar lo realizado hasta ese entonces.

El 4 de julio de 1976, por considerar de interés social la promoción permanente del deporte no profesional y la coordinación de todas las actividades encaminadas a este fin, mediante la elaboración y ejecución de una adecuada programación nacional, se creó el Instituto Nacional del Deporte, como organismo público descentralizado, cuyas funciones primordiales fueron:

- Promover el mejoramiento físico y moral de los mexicanos, a través del deporte.
- Elaborar la programación del deporte nacional.
- Apoyar a la Confederación Deportiva Mexicana, en las actividades deportivas que realice en todo el país.

- Fomentar el deporte entre el personal de las diversas dependencias del Gobierno Federal.
- Impulsar la investigación en todas las ciencias y técnicas aplicadas al deporte, particularmente la medicina deportiva.
- Fomentar la capacitación y el mejoramiento de los deportistas, así como la formación de promotores, entrenadores, técnicos, jueces y árbitros en todas las ramas del deporte.
- Promover, en coordinación con las organizaciones campesinas y obreras y, en general, con las agrupaciones populares, la práctica del deporte de sus integrantes.
- Coadyuvar en el impulso a las prácticas deportivas en las escuelas del sistema educativo nacional, conforme a las normas aplicadas o dictadas por la Secretaría de Educación Pública.
- Aprovechar los medios masivos de información para fomentar el deporte.
- Fomentar y apoyar la celebración de eventos deportivos regionales y nacionales.

- Establecer relaciones con organismos deportivos internacionales.
- Administrar, conservar y operar las instalaciones deportivas que sean asignadas por el Gobierno Federal, mediante convenios con los gobiernos estatales y municipales.
- Procurar la creación de industrias mexicanas fabricantes de material deportivo y todas aquellas relacionadas con el área.

El 20 de enero de 1981, el Instituto Nacional del -- Deporte dejó de existir, para dar paso a la Subsecretaría del Deporte, un organismo deportivo superior, dependiente de la - Secretaría de Educación Pública, que ha funcionado, desde entonces como un mecanismo normativo, encargado de coordinar, - organizar, ordenar y evaluar el deporte nacional. Sergio Pe-  
láez Farell, asesor del subsecretario del Deporte, Lic. Fer--  
nando Alanís Camino, señaló:

"Este sistema viene a formar, específicamente, la in-  
fraestructura deportiva fundamentada en tres niveles: el pri-  
mero lo constituye la creación de un consejo nacional del de-  
porte; y, en una gira efectuada por las 31 entidades federa-  
tivas, el titular de la nueva Subsecretaría del Deporte, creó

los consejos estatales en cada uno de los estados, y uno más en el Distrito Federal; con esto, dejó libre acceso al segundo nivel del sistema nacional del deporte; el tercero y último nivel consiste en que cada una de las entidades, con responsabilidad directa de sus gobiernos, creará los comités municipales del deporte, para lograr de esa manera una descentralización y desconcentración de servicios, y la práctica del deporte pueda ser más expedita.

Por otra parte, el Plan Nacional de Desarrollo del Deporte contempla la posibilidad de que los consejos estatales elaboren su propio plan, conforme a los lineamientos trazados por la Subsecretaría y con apoyo, por programa, en todo lo que sea necesario técnica, económica y genéricamente, de acuerdo a las necesidades específicas de cada estado y al presupuesto de la propia Subsecretaría.

De la misma manera, el plan antes mencionado se desarrollará en tres directrices:

Sector público.- Por medio de la difusión del llamado "Deporte para todos".

Sector privado.- En coordinación con la Confederación Deportiva Mexicana.

Sector social.- En coo-participación con las insti-



tuciones educativas. (17)

Mención aparte merece el Instituto Mexicano del Seguro Social, que también ha dedicado esfuerzos importantes a promover el deporte en todas sus ramas, y cuyos deportistas - representantes han logrado romper récords mundiales. El --- Instituto Mexicano del Seguro Social da impulso al deporte, - en lo económico, mediante las cuotas obrero-patronales. Cabe destacar que el 33 por ciento de los deportistas enviados a los Juegos Centroamericanos, celebrados en Cuba, provenían de esa institución. (18)

## **CAPITULO IV**

### **CARACTERIZACION DE LA PRENSA DEPORTIVA**

1. La Complejidad deportiva
2. Relación del deporte con la información periodística
3. Manipulación de la información

1. Complejidad deportiva

Pese al poco interés que el periodismo deportivo tiene para algunos periodistas por ser considerado una actividad menor, el deporte ocupa cada día mayor tiempo y espacio en -- los medios de comunicación masiva. Prejuzar la actividad -- periodística deportiva como algo sin valor, es demostrar ignorancia en relación con la audiencia que poseen las páginas y programas deportivos.

Hoy es prácticamente imposible eludir el tema deportivo, ya sea porque existen acontecimientos deportivos de interés local, nacional e internacional o porque hay sucesos ineludibles de otro carácter (político, social o cultural), que permiten ofrecer comentarios en los cuales los periodistas -- u otras personas opinan con juicios particulares, unas veces a favor del deporte y otras en contra de él.

La diferencia de intereses lleva a producir especialización y obliga a contar con personas capacitadas para atender cada tema deportivo. También la creciente participación de la juventud en el deporte, en su aspecto activo, y de quienes son sólo espectadores, ha llevado al periodismo deportivo

a convertirse en una especialización de tónica masiva, que -- incluso promueve la aparición de publicaciones en cantidades considerables. Por lo tanto no puede decirse que el perio-- dismo deportivo carece de auditorio , de valor o de interés - informativo. Sin embargo, los medios masivos de comunica--- ción no utilizan sus aspectos positivos, sino aquellos que -- producen una acción comercial rentable; de modo que cualquier campaña cultural en favor del deporte, por auténtica que sea, podría ser convertida en un motivo más para la venta de pu--- blicidad.

Uno de los argumentos más comunes de los voceros de los medios de comunicación, es el que éstos deben ofrecer "lo que el público pide", y, por lo tanto, dicen, no pueden ser - ni pretenciosos ni vulgares en extremo, sino que deben equili<sup>br</sup> brar ambas cosas, para poder llegar a un mayor número de lec- tores o expectadores. Sin embargo, si consideramos las gran<sup>des</sup> des campañas publicitarias sobre uno u otro deporte, sobre -- uno u otro equipo de fútbol, y si analizamos las páginas de - la prensa deportiva, vemos que existe una balanza inclinada - hacia algún deporte o hacia algún equipo. Ello puede conlle<sup>var</sup> var una conformación del gusto del espectador o públic<sup>o</sup> o deportista y determinar sus preferencias.

El exdirector del equipo Oaxtepec, licenciado Emilio Lozoya, dijo: "El sensacionalismo, es el gran negocio de las

empresas periodísticas, obligándolas a que pierdan calidad, - al involucrarse en algo que, en muchas ocasiones, va en contra de los principios éticos del periodismo". Una cosa es - ofrecer la información, y otra, valerse de ella para vender - mercancías.

La diversidad de deportes convierte al periodista de deportivo en un profesional especializado. El periodista ac--tual no puede atender, con suficiente conocimiento, todos los deportes que se practican; es necesaria la especialización en un número determinado de modalidades deportivas, para poder - desarrollar, con eficacia, la tarea periodística.

La variedad de los reglamentos de cada deporte, los nombres de los deportistas, la denominación de los aparatos - utilizados en cada modalidad, las categorías, los cada vez -- más numerosos campeonatos y confrontaciones nacionales e internacionales, obligan al periodista deportivo a especializarse si desea juzgar positivamente los deportes, sin necesidad de recurrir a la información interesada de los protagonistas.

El deporte comenzó a tener existencia propia en la - evolución de las formas sociales de vida, como forma de la superación humana a través de la competencia, una vez que los - esfuerzos y habilidades físicas equiparaban hasta cierto pun- to a unos hombres con otros. Primero sería la carrera y des

pués los saltos y lanzamientos, para pasar al levantamiento de pesas, continuar con la lucha y, desde aquí, ir ampliando las formas competitivas, a la par que se incrementaban los útiles para el combate, la defensa o el mejoramiento de la existencia colectiva.

Ya los antiguos juegos de los griegos eran complejos y variados. "El deporte actual, en todos sus aspectos, no es sino una copia corregida y aumentada de aquella expresión cultural griega". (19) Pero aunque hoy poco se puede inventar ya en deporte, lo que se hace es reformar o mejorar las técnicas a través de los avances y estudios científicos. Esas reformas han servido, para promover nuevas modalidades deportivas, convirtiendo al deporte en una actividad más compleja.

Un ejemplo claro de tal complejidad es el atletismo; aquello que en un principio aparecía como algo sencillo, por tratarse de un deporte independiente, se ha complicado con divisiones y subdivisiones, las cuales requieren técnicas de entrenamiento diferentes, atletas con físicos determinados y material adecuado para cada una de ellas. Unas de otras se separan en categorías, masculinas y femeninas, con sus correspondientes divisiones, según las edades de los practicantes.

El atletismo, considerado como el deporte rey, por

ser el más puro, al menos en cuanto a su desarrollo, está dividido en cuatro grandes apartados: carreras, saltos, lanzamientos y marchas. A su vez, cada uno de ellos se complica por tener diferencias sustanciales en su contenido: las carreras pueden dividirse en pruebas de velocidad, medio fondo y fondo; los saltos en horizontales y verticales (los primeros, pueden ser de longitud y de triple salto; los segundos, de altura y de pértiga); los lanzamientos se efectúan con artefactos diversos, como son peso, disco, jabalina y martillo. Por si fuera poco, quedan las pruebas de relevos y de obstáculos en las carreras, así como las de gran fondo y la marcha atlética.

Si esta clasificación tuviéramos que hacerla deporte por deporte, nos encontraríamos con una abrumadora especialización en todos y cada uno de ellos. Algunos tienen más variantes que otros; entre los olímpicos están el atletismo y la natación; y en razón a su espectacularidad tenemos el automovilismo, beisbol, ciclismo, esquí, lucha, motorismo, pesca y tenis.

Para llegar a una mejor comprensión de lo que significa esa cantidad de posibilidades relacionadas con la actividad física y deportiva, es conveniente hacer una relación de los deportes más conocidos y practicados, si bien, es necesario hacer algunas matizaciones al respecto, antes de darlos a



conocer.

Están considerados como deportes, incluso con federaciones propias, actividades en las cuales el hombre no es el principal protagonista, ni suele ser quien realiza el máximo esfuerzo físico, como las carreras de galgos, las peleas de gallos, y otras como la pesca y la caza, que si bien requieren un esfuerzo físico, son actividades cuya práctica no tiene -- otra razón aparente que la de cobrar un número indeterminado de piezas. Es decir, mientras en los otros deportes el hombre trata de vencer al hombre, al disponer ambos de una misma inteligencia, en la caza y la pesca juega la inteligencia humana contra la astucia e instinto de los animales. En ese -- aspecto, la caza y la pesca no pueden ser considerados como -- deportes, pero el esfuerzo físico que deben realizar tanto cazadores como pescadores, sí entra en el campo de la actividad deportiva.

También existen otras modalidades deportivas, en apariencia ajenas al sentido que del deporte tenemos; éstas pueden ser, entre otras; el ajedrez, el billar, el bridge, el -- casting. Asimismo, nos encontramos con deportes englobados en una determinada denominación, sin que se trate de una sola modalidad; este es el caso de los llamados "deportes para minusválidos", "deporte universitario", "escolar", etc.

En relación a la tauromaquia, para algunos países es

una fiesta sin vinculación alguna con el deporte; en México, la fiesta taurina es un deporte, y así aparecen las reseñas - mezcladas en las páginas deportivas de los diarios y semana-- rios, e incluso en libros de tratados sobre deporte. Sin em-- bargo, algunos diarios deportivos cuidan esta faceta, pero -- más como asunto productor de publicidad, que como deporte en sí.

Por lo expuesto anteriormente, es obvio que cada deporte es un mundo diferente, con características específicas, si bien puede haber, y de hecho existe, una cierta relación - entre sus particularidades. Por ejemplo, la velocidad de -- reacción, es una de las cualidades comunes de los deportes, - pero no determina la habilidad del deportista en cuanto a su cometido dentro de un terreno de juego, pues, si ello es un - aspecto positivo en el individuo, en los deportes asociados - debe combinarse con las tácticas de equipo.

Queda aclarado, entonces, que la complejidad del deporte ha obligado a tener en cuenta una especialización, que necesita del concurso de médicos, constructores de material - deportivo y arquitectos, con lo cual se convierte en una más de las actividades económicas de la vida moderna. De esta - manera llegamos a nuestro propósito: definir al periodismo - deportivo como un trabajo especializado, en razón de las exigencias profesionales del tema.

Cabe aclarar que a pesar de la diversidad del deporte, éste es una actividad individual o colectiva con particularidades singulares, y que es su pluralismo el que lo hace asequible a todos los seres, a pesar de la existencia de ciertos deportes para una clase determinada o para una inteligencia privilegiada. Todos los deportes corresponden de una forma genérica, a todos los seres humanos. A partir de aquí, cada persona puede acceder, en teoría, a un deporte específico si tiene posibilidades de practicarlo, en razón de su salud o su economía. Aun así (hay que tener presente que nuestro contexto es un contexto de consumo), el entrenamiento y la preparación son, en este caso, algo similar al estudio, pues destacar en un deporte está condicionado por el grado de entrenamiento y especialización de cada individuo, según sus facultades físicas y su edad.

## 2. Relación del deporte con la información periodística

Las empresas periodísticas, al comprobar la enorme demanda de información deportiva solicitada por masas de receptores, han acogido esta materia, encuadrándola en una modalidad nueva convertida hoy en una de las de mayor audiencia.

También los medios audiovisuales, en consecuencia, dedican grandes cantidades de sus espacios a tratar la temática

ca deportiva, promoviendo de esta forma el deporte como espectáculo.

El cronista especializado es un experto en la materia de que se ocupa, es un periodista que se dedica a estudiar a fondo el tema, que no se limita a informar, sino que profundiza en los hechos con rigor y experiencia. "El reportero debe tener un buen juicio, ayudado por un conocimiento adecuado". (20)

La crónica no debe estar reñida con la sencillez y claridad de la exposición, que es tan necesaria en un medio informativo, pero que en la mayoría de los casos es un complemento de la noticia.

El periodismo es arte y oficio, pero también técnica. Hay fórmulas para redactar noticias, pero hay casos de noticias que se redactan alejadas de tales fórmulas y que resultan válidas.

Lo primero que hay que hacer, es dominar el lenguaje. Es la primera regla y la principal dificultad. Escoger las palabras apropiadas, no emplear vocablos poco conocidos que puedan confundir al lector. "Es preciso que estos escritos sean ~~am~~equibales a todos los públicos interesados en estas cuestiones, sea cual sea su extracción intelectual". (21)

El idioma es el instrumento con que trabaja el periodista; tenerlo siempre a punto debe constituir su mayor preocupación. Ha de estar consciente de su responsabilidad social al emplearlo. La noticia es su objetivo, y el modo de transmitirla bien, su obligación.

La nota periodística consta de varias partes:

La entrada, o lead, el cuerpo y el final. Es la clásica pirámide invertida de la que hablan los manuales de periodismo.

La entrada de la nota tiene dos objetivos vitales: lograr el interés de los lectores por leer la nota y preparar la escena para el material que ha de seguir.

"La entrada es el escaparate de todo, o de los aspectos más importantes de la información....", (22) por eso muchos periodistas consideran que lo más difícil de redactar en una nota, es la entrada. Lo demás viene casi solo, es una simple enunciación de los hechos. Hay muchas formas de redactar una entrada. Lo ideal es responder a los interrogantes clásicos de la noticia —qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué—, en unas líneas, y luego desarrollar el cuerpo de la noticia.

Por otra parte, hay que tener siempre presente que -

la noticia debe limitarse a un espacio concreto en el periódico, a un tiempo determinado en la radio o televisión. Cuanto más breve y sustanciosa sea la noticia, más oportunidad -- habrá de ser leída.

Es muy frecuente que una vez redactada la noticia, -- sufra correcciones y mutilaciones antes de publicarse. Unas veces para pulir el estilo o suprimir párrafos innecesarios; otras, simplemente por falta de espacio. A veces, en las -- redacciones de los periódicos, el redactor jefe llama al autor de una noticia y le dice: "hay que reducir: déjame es-- tas cien líneas en cincuenta".

Puede ocurrir que el autor de la noticia no se en-- cuentre en esos momentos en la redacción. Y es el jefe de sección o un redactor de la misma, el que debe reducir la noticia. Por supuesto, la entrada o lead no debe suprimirse, si está bien redactada. La reducción ha de hacerse en el -- cuerpo, por eso conviene seguir la regla periodística, de dividir el cuerpo en varios bloques, con párrafos breves.

La entrevista es uno de los géneros periodísticos -- más utilizados en los medios informativos. La entrevista y el reportaje se unen en ocasiones y es frecuente que un gran reportaje contenga varias entrevistas.

La entrevista es un género tan importante como difi-

cil. A lo largo de la historia del periodismo, ha habido -- grandes entrevistadores que han empleado técnicas distintas.

Hay varios tipos de entrevistas: " 1) Declaraciones de un personaje acerca de un tema que es en estos momentos de cierto interés colectivo; 2) De personalidad. Son aquellas en la que interesa sobre todo la personalidad del entrevistado y; 3) Entrevistas con fórmulas ya establecidas. Una de estas fórmulas más conocidas es el famoso cuestionario". (23)

Las entrevistas en profundidad y extensión requieren una mayor preparación. No hay, como en tantos otros aspectos de la profesión periodística, una fórmula para la entrevista. Generalmente hay que estudiar al personaje, documentarse sobre su biografía o sus gustos y preparar cuidadosamente una serie de preguntas, sin perjuicio de que en la conversación puedan surgir otras.

Aunque se posea una memoria privilegiada, hay que tomar notas, lo más precisas posibles. La ayuda de la grabadora puede ser de utilidad, pero a veces el entrevistado se encuentra a disgusto ante el aparato y en estos casos es mejor la fórmula de pluma y papel.

La grabadora es muy útil cuando se quieren reproducir con exactitud las frases del entrevistado. Cuando se --

trata de una entrevista donde lo que importa no es sólo lo que el personaje dice, sino "cómo lo dice", sus gestos, expresiones, lo mejor son las notas manuscritas. Si al redactar una entrevista reproducimos textualmente una frase del entrevistado, puede entrecomillarse. Pero nunca ha de entrecomillarse una frase que no corresponda literalmente con la pronunciada. Y hay otro problema en la reproducción literal de la frase -- del entrevistado: salvo casos excepcionales, nadie habla como escribe, y si se cometen incorrecciones de lenguaje, repeticiones o frases sin sentido exacto, hay que corregir.

En ocasiones, la entrevista puede hacerse por teléfono. En este caso resulta útil la grabadora, acoplada al auricular, porque es incómodo y difícil tomar nota con una mano, mientras se sostiene el teléfono con la otra; en cualquier caso, las entrevistas por teléfono no son aconsejables salvo -- cuando no cabe otra fórmula.

Con demasiada frecuencia se olvida, al tratarse el periodismo deportivo, al reportero gráfico, que proporciona la información por medio de fotografías, grabados o películas, cuando éste es de gran importancia en el desarrollo de la información. Fotógrafos y camarógrafos de cine o televisión, son los periodistas más objetivos en el tratamiento de la actividad deportiva. Su labor es, en ocasiones, la única que puede demostrar la veracidad de un texto o por el contrario,



su más severo juez.

Una imagen deportiva puede, asimismo, valer por toda una extensa crónica. El aspecto gráfico ha sido usado con gran amplitud por el tema deportivo, pues es necesario reflejar las acciones desde sus más variados ángulos, ya sea con la imagen que nos presenta la alegría del triunfo obtenido -- por varios deportistas, o por uno solo de ellos, o con la tragedia producida en un acontecimiento.

Por mucha capacidad narrativa o descriptiva que posea el periodista, al tratar de explicar a través de su relato el esfuerzo de un atleta al conseguir derribar la barrera de un récord, nunca podrá transmitir la visión exacta al receptor, sino sólo de forma subjetiva.

El periodismo deportivo gráfico se ha convertido en un trabajo especializado, pero a pesar de la importancia demostrada por éste, los medios de información, sobre todos los escritos, carecen por lo costoso, de un reportero gráfico para cada especialidad deportiva.

Un periodista gráfico profesional requiere de una -- especialización deportiva para poder atender con calidad su trabajo. Sin embargo, la capacidad para poder captar jugadas de determinado tipo, no puede adquirirse en ninguna escue

la o facultad; es algo que se obtiene con la experiencia; luego, debido a ello, no todos los fotógrafos o camarógrafos están capacitados para lograr buenas imágenes de un deporte. - Si lo desconocen, se encontrarán en inferioridad de condiciones; deben dominar no sólo la técnica fotográfica, sino también la modalidad deportiva sobre la cual van a realizar una información.

Se han dado casos en los cuales un reportero gráfico cubre un encuentro deportivo por vez primera, y al desconocer los pormenores técnicos y movimientos deportivos, naufraga y su crónica gráfica es mala.

### 3. Manipulación de la información

Los medios de comunicación deberían ser portadores - de algo más que simples crónicas o entrevistas con los deportistas de la localidad o de la región. Deberían dar cuenta del significado y realidad del deporte; pero están comprometidos y son partícipes principales en el juego económico entorno al deporte, sea éste amateur o profesional. "Ocultan aspectos que resulten perjudiciales para los intereses del -- informador o el bien del público", (24) para lograr la venta de espacio y tiempo.

En consecuencia, sólo aparece en los medios masivos de comunicación una información deformada, transformada por los intereses económicos de los mismos medios. Muchos periodistas ven con ojos parciales la actuación de los equipos y de los deportistas, reflejando lo bueno realizado por éstos, como algo digno del mayor elogio, y sacando a relucir las fallas de los contrarios con todo lujo de detalles. Estas visiones deformadas no hacen un favor a la prensa deportiva, sino que la desacreditan, porque no son fiables los aspectos informativos vertidos en esas crónicas.

Otro aspecto importante que contribuye a deformar la información deportiva es, por un lado, la compra de espacio o tiempo de parte de los directivos de equipos para publicar lo que ellos quieren, y, por otra parte, la presión impuesta por el fanatismo de directivos, jugadores y público, que es realmente impresionante.

Asimismo, el deporte, encauzado desde una posición que desconoce sus valores, tampoco puede terminar con el deseo del público, de ver competencias en las cuales el desarrollo sea conflictivo. Existe algo especial que motiva la búsqueda del momento crítico, de ser testigos presenciales de situaciones comprometidas y que puedan llevar desastres en los cuales la vida humana se expone a un grave percance.

Los medios de información también explotan al máximo este interés morboso, pero en razón no sólo de su misión informativa, sino ante todo de su interés económico. Los informadores gráficos de prensa saben esto, pues los diarios, revistas y noticiarios cinematográficos y de televisión exigen que se esté en esos lugares apropiados para recoger la imagen si sucede el accidente.

Una corriente de incompreensión se ha intercalado en la labor informativa, promovida por una presión de afuera que impulsa condicionamientos vergonzosos para la profesión periodística, entre los cuales se encuentra, por supuesto, el escaso interés de las empresas en intentar ofrecer informaciones objetivas. Lo importante para ellos es vender la información, pero no aquella impuesta por la conciencia del informador, sino la requerida y casi programada por los dirigentes y por quienes viven del mundo del deporte, desde el despacho, o desde el asiento de la tribuna.

Por otra parte, existen informadores profesionales o, mejor dicho, funcionales, que desean, ante todo, ser líderes escuchados. Para lograr este objetivo, lo que hacen es entrar también al juego económico del que hablamos anteriormente. "El periodista profesional en América Latina de hoy es ni más ni menos que un esclavo intelectual que se ve obligado a expresar la voz del amo". (25)

Hasta ahora, ningún diario ha intentado realizar una encuesta correcta entre sus lectores, insertando un cuestionario en un determinado número de ejemplares y ofreciendo primas a fin de obtener una proporción más elevada de respuestas. La opinión masiva creen conocerla a través de la cantidad de venta del ejemplar, sin preguntarse acerca de la calidad de la información.

"El objeto de la manipulación de la información es, en suma, la creación en el público receptor de una impresión diferente de aquella a la cual el hecho en sí se refería".

(26)

## **V. CONCLUSIONES**

El deporte y la comunicación son dos temas que siempre van juntos. La relación comunicativa entre el suceso deportivo y el público es realizada por el periodista.

El comunicador deportivo narra el acontecer de una de las actividades humanas más extendidas; por eso se encuentra con la responsabilidad de tener que tratar una gran cantidad y variedad de temas, aportando en todos ellos una información veraz y documentada.

El hecho de que esa gran responsabilidad no sea cumplida cabalmente en la actualidad, se debe entre otras razones a lo siguiente:

- 1) Debido a la complejidad que ha alcanzado el deporte, el periodista se encuentra inmerso en un mundo del cual, tal vez, desconoce la mayor parte, pues no le es posible penetrar a fondo en más de dos o tres deportes, y de forma superficial en otros tantos. De modo que sus juicios acerca de temas deportivos que se le imponen eventualmente, no siempre tendrán la validez o el fundamento requerido por los aficionados receptores.
- 2) En ninguna de las escuelas de comunicación se imparten cursos de periodismo deportivo; de ahí que la --

preparación en este campo sea deficiente y quizá una de las menos conseguidas por métodos sistemáticos.

- 3) Como tercer causa tenemos la improvisación. El periodista deportivo, generalmente, no se hace en el aula, sino en la práctica profesional, en el tratamiento directo de un tema que, en ocasiones, le es impuesto a consecuencia de ser el único medio de conseguir un trabajo donde puede ejercer la profesión periodística. Es claro que tal imposición, a la larga, termina por cansar y convertir al periodista en un trabajador que cumple su tarea sólo por obligación.

Por otra parte, existen algunos comentaristas o locutores que en otros tiempos fueron buenos jugadores y que ahora han sido improvisados como periodistas deportivos, como una garantía más a favor de los intereses de las empresas patrocinadoras. Dos casos concretos son los del futbolista brasileño "Pelé", convertido ahora en el primer fariseo de la transnacional Coca Cola, y Carlos Reinoso, transformado en ente publicitario del equipo América. Esto no ocurre sólo en el fútbol, sino en todos los deportes.

- 4) En algunos otros casos, en los que el periodista de-



portivo llega por auténtica vocación a ejercer su ta rea, su vinculación con la empresa periodística lo -- lleva a un encasillamiento, interesante sólo para -- quienes dirigen el medio. Es posible, no obstante, que le sea reconocida su capacidad, pero en periodismo no todo el interés está en ofrecer un mejor servicio al público; existen otros condicionamientos, a -- veces importantes, como podría ser, por ejemplo, el de favorecer con un puesto a personas cuyos conoci-- mientos en la materia son elementales.

Todas estas causas impiden tratar con exactitud la -- complejidad del deporte y ofrecer al público una información -- ~~veraz y documentada.~~ Asimismo, han permitido la existencia de una estructura mercantilista en el deporte y en la infor-- mación deportiva.

Es importante mencionar también que la corrupción ha contribuido a que la información deportiva sea deformada y -- convertida únicamente en un producto de consumo y en un medio de distracción de problemas más importantes, políticos o eco-- nómicos.

Es fácil percatarse cuándo un periodista deportivo -- trata los temas con conocimiento de causa, cuándo lo hace su-- perficialmente y cuándo escribe o habla al dictado de perso--

nas con interés en divulgar mensajes manipuladores. La clásica exclamación jubilosa, los artículos triunfalistas o las informaciones tendenciosas no engañan a todo el público; menos cuando éste sigue la trayectoria de un deporte y de los periodistas que lo tratan.

Los pseudoperiodistas, generalmente faltos de preparación y ética, no atienden las cinco fases que todo informador consciente debe recorrer para publicar alguna información, a saber: conseguir una documentación suficiente con base en investigaciones hechas en las fuentes apropiadas; adoptar una posición crítica ante esa documentación; verificar los datos, los hechos; seleccionar las informaciones que vayan de acuerdo con su posición crítica y con la veracidad; y, por último, presentar la información adecuada a sus lectores.

A veces estos cinco pasos o fases de toda información, no pueden llevarse a efecto en el periodismo deportivo por falta de algo tan básico como es un servicio de documentación. No obstante, debe diferenciarse el servicio de documentación general o deportivo, del archivo particular del especialista.

En el transcurso de este trabajo se ha intentado mostrar la importancia del deporte en el contexto de la sociedad moderna, de sus implicaciones políticas a las comerciales, y

como un frente común de proyección de unidad entre la juventud del mundo y los diferentes estratos sociales. Hay razones suficientes para exigir una nueva dimensión del periodismo, como un trabajo especializado, objeto de interés de las masas, por ser el deporte un tema con ramificaciones en los más diversos órganos de la vida contemporánea y productor de nuevos receptores en los medios de comunicación colectiva.

Por esa razón, el servicio informativo sobre el deporte requiere de un estudio y de una programación para las nuevas generaciones de periodistas, máxime cuando el deporte va a ser, sin duda, un campo hacia el cual pueden desembocar muchas vocaciones periodísticas; sin embargo esas vocaciones se encuentran sin la correspondiente asignatura escolar que les forme de acuerdo a los planteamientos necesarios para desarrollar una labor de gran responsabilidad en la faceta periodística de la crítica y la información.

Una de las actitudes contrarias a la formación del periodista deportivo, consiste en no dar importancia al deporte, por considerársele una modalidad para la que, según se cree, vale cualquier periodista. Este pensamiento resulta erróneo al comprobarse la complejidad del deporte, así como la necesidad de preparación para presentar veraz y críticamente una información que ha provocado la explosión de un tema atractivo para las masas.

En consecuencia, es preciso considerar el periodismo deportivo como una especialidad, con una responsabilidad dentro de los instrumentos de comunicación colectiva, en relación a la información que en él deben dar los profesionales de la comunicación. De ahí la trascendencia de comenzar a preparar a las próximas generaciones de periodistas deportivos, para que puedan comprender el fenómeno al cual se van a dedicar y a juzgar con los elementos precisos, que en la actualidad no se ponen a su disposición. Y ante todo, se debe desechar la idea de que a través del periodismo se va a obtener una serie de beneficios políticos o comerciales.

Cuando un periodista deportivo debe informar sobre hechos presenciados por miles y hasta millones de seres, no se debe permitir la irresponsabilidad de emitir juicios equivocados o tendenciosos. Sin embargo, hemos visto cómo la prensa, la radio y la televisión, a través de sus más populares periodistas deportivos, se muestran, consciente o inconscientemente, propagadoras de distintas opiniones, y cómo éstas suelen ser la causa de enfrentamientos, a veces violentos, provocados por la deformación de las informaciones ofrecidas por los reporteros.

Para los medios de comunicación el deporte significa una fuente de ingresos, porque les permite aumentar la publicidad y las ventas. Esto es expresión fiel del fenómeno de-

portivo en la sociedad moderna; por lo mismo, queda fundamentada la necesidad de hacer una valoración al respecto en los centros docentes en donde se imparta la enseñanza periodística.

Por otra parte, es importante destacar que en el actual panorama deportivo, la promoción se vincula a los intereses políticos vigentes, pues de esa promoción deportiva, realizada por los gobiernos, puede lograrse, en parte, el control de las mentes y la distracción de la problemática social, económica y política.

El deporte, se quiera o no, se ha convertido tanto en un producto de consumo como en un medio de desmovilización social, utilizado en beneficio de gobiernos e industriales, por ser del agrado de los pueblos y por tratarse, supuestamente, de un arma cultural contra el vicio y la corrupción. Sin embargo, la utilización demagógica del deporte como medio de combatir los vicios, además de desvirtuar las causas de los problemas sociales y la filosofía de una actividad cultural, cae en contradicción con las transmisiones deportivas, durante las cuales los anuncios son básicamente de vinos, licores y cigarros.

¿Cómo sucede lo anterior?. La información periodística adquiere matices de suma importancia en las colectivida-

des, debido a la multitud de espectáculos deportivos provocadores de una espectáculo jamás imaginada. El deporte espectáculo es promovido y fomenta la venta de los espacios de diversos-medios, la publicidad lo apoya y los gobiernos se encuentran implicados en resolver el déficit de instalaciones deportivas y en procurar legislaciones en apoyo al deporte; todo es parte de un juego económico.

Las empresas periodísticas tienen su participación activa en ese juego, pues están más interesadas en enfocar -- sus informaciones deportivas hacia el deporte espectáculo, -- por encontrar en él un beneficio, y por ello "inflan" las informaciones con los comentarios "tipo", que lo mismo sirven para resaltar la trascendencia de un partido de fútbol, que un combate de boxeo.

Para la empresa, el periodista deportivo, debe intentar promover la atención del lector, radioyente o televidente, sin detenerse en otras consideraciones. Es aquí cuando el periodista profesional debería mostrarse en el plano de la objetividad plena y considerar los elementos deportivos como realmente se merecen, posibilitando en sus comentarios algo más que una información interesada, con el fin de atraer la atención de la masa hacia esas competencias.

Para conseguir el interés al informar y, a la vez, -

proporcionar cultura deportiva, el periodista debe estar capacitado para hablar de cada deporte en especial; no para ofrecer una vaga información de la cual los matices publicitarios que sirven para promover intereses son superiores a los deportivos y culturales.

Sin embargo, las informaciones tradicionales se basan en auténticos rellenos plagados de frases "tipo": "venimos dispuestos a ganar"; "a pesar de las lesiones esperamos ofrecer un buen espectáculo"; "no tememos al contrario". -- En los medios periodístico-deportivos, se dice que estas declaraciones de los protagonistas, antes y después de las competencias, son exigidas por el público; pero por insertarlas o difundirlas, se olvida dar información de tipo técnico, estadístico, biográfico e histórico. Se limita, pues, la real información deportiva, que sin prescindir de la nota curiosa, correcta y vehemente dicha por los protagonistas, permita obtener a los lectores algo más de cuanto significa el deporte.

La gran excusa para practicar una información deportiva no cultural en muchos medios, es la de que esa labor le corresponde al gobierno, cosa hasta cierto punto lógica; pero si se quiere dar a la información periodístico-deportiva un mejor nivel, máxime cuando los profesionales del periodismo han salido de las aulas universitarias, es evidente que --

se tiene que asumir responsabilidad en el tratamiento de la información, en orden a una labor seria y congruente con la propia ética de la profesión.

No se puede informar de forma simple, cuando al deporte lo consideramos como una actividad cultural y formativa del ser humano. Al periodismo deportivo no se le debe permitir realizar una labor informativa basada en la subjetividad, porque en ese caso resulta igual cualquier tipo de especialización, al no ser precisa una formulación cuidada para poder servir al público con un conocimiento exacto de la materia.

El periodista deportivo debe asumir el papel de educador de las masas en este aspecto, ya que, como hemos visto, sus comentarios y juicios tienen repercusión en la colectividad.

De las cuestiones planteadas hasta esta página, se puede extraer una conclusión general: la necesidad de que la difusión deportiva sea tratada de una forma consecuente con los estudios de periodismo. No se puede hablar de una información periodística sobre deportes, si quienes deben analizar el tema no han tenido formación alguna para poder tratarlo.

En realidad, la gran mayoría de los periodistas titu



lados, es decir, los egresados de las escuelas de periodismo y de las facultades de Ciencias de la Comunicación, cuanto sa ben de periodismo deportivo no lo han aprendido en esos cen--tros, sino en sus respectivos medios, a través de la experiencia adquirida en el continuo quehacer de la información y a -partir del gusto por determinado deporte.

Si desde la escuela primaria a la universidad el tratamiento educativo del deporte se establece como una exigencia; si la política, la economía y las ciencias apoyan al deporte, y si es visto como una de las formas primordiales para el me--jor entendimiento y comprensión entre los pueblos, las razas y las religiones, es obligado que los medios de comunicación colectiva y el gobierno lo respeten y protejan, procurando -- que las páginas y espacios a él dedicados sean positivos para la sociedad y estimulando a los periodistas a ser conscientes de su responsabilidad para con la colectividad a la cual deben servir.

**VI. RELACION DE DEPORTES**

**(Anexo)**

#### ACROBACIA

Cualquiera de las evoluciones espectaculares que ---  
efectuá un aviador en el aire.

#### ACROBATA

Gimnasta que hace habilidades en el trapecio, la ba--  
rra, etc.

#### AEROMODELISMO

Técnica de construcción y vuelo de modelos de avio--  
nes a escala reducida. Puede ser: veleros o pla--  
neadores, de resorte y de motor de explosión, se ---  
construyen generalmente con madera balsa y papel ja--  
pón.

#### AEROSTACION

Navegación aérea o arte de sostenerse en el aire por  
medio de aparatos, conocidos generalmente con el nom

bre los globos. El fundamento de los globos aerostáticos se halla en la aplicación del principio de Arquímedes.

## AJEDREZ

Especie de juego de tablero, compuesto de 32 piezas. Juego entre dos personas, cada una de las cuales dispone de 16 piezas movibles que se colocan sobre un tablero dividido en 64 escaques. Estas piezas son: un rey, una reina, dos alfiles, dos caballos, dos roques o torres y ocho peones; las de un jugador se distinguen por su color de las del otro y no marchan de igual modo las de diferente clases. Gana el que da "jaque mate" al adversario.

## ALPINISMO

Deporte consistente en subir a los Alpes o a otras montañas, y una de sus modalidades consiste en la llamada "escalada", la cual se practica con la ayuda de clavos para vencer los muros de roca o bien con la ayuda de la cuerda.

## ALTEREOFILIA O LEVANTAMIENTO DE PESAS

Ejercicio consistente en elevar del suelo pesas variándose únicamente de la fuerza humana a la mayor altura que permitan los brazos extendidos del atleta. Triunfa el competidor que consigue elevar mayor peso, con un solo brazo o mano o con dos a la vez. Esta última modalidad es la que se halla actualmente más difundida.

## ATLETISMO

Conjunto de carreras, saltos, lanzamientos y pruebas combinadas que se realizan conforme a reglas internacionalmente estipuladas.

## BADMINGTON

Deporte de raqueta creado en Inglaterra en 1837, tomando como base un juego practicado en la India. Parecido al tenis, se juega en pistas más pequeñas con una red más elevada y empleando, en lugar de pelota, un aparato llamado volante, formado generalmente por media esfera de corcho, a la que se sujeta una corona de plumas que, por su poco peso y falta de elasticidad, amortigua el impulso que recibe de la raqueta.

### BALONCESTO

Deporte colectivo que se juega entre dos equipos de 5 jugadores y hasta 7 suplentes, en un campo rectangular de piso duro, en cuyos extremos cortos se colocan dos cestos. Cada equipo se esfuerza en introducir un balón de 75 a 78 cm. de circunferencia, en la cesta del equipo contrario.

### BALONVOLEA

Deporte colectivo que se juega en un campo rectangular, dividido por una red, entre dos equipos de 6 jugadores y consiste en lanzarse la pelota de uno a otro equipo, por encima de la red, golpeándola con la mano o cualquier parte del cuerpo superior a la cintura.

### BEISBOL

Deporte colectivo que se practica con una pelota de unos 23 cm. de circunferencia y un bate de longitud máxima de 1'155 m. y un grueso de 6'985 cm., se juega entre dos equipos compuestos de 9 jugadores cada uno, más el número correspondiente de sustitutos, guías y entrenadores, todos bajo la dirección de un director.

## BILLAR

Juego que se ejecuta impulsando con tacos bolas de marfil y haciéndolas rodar sobre una mesa rectangular forrada de bayetas o paño verde, rodeada de bandas o cercos elásticos y con troneras o sin ellas, en los ángulos u otros lugares de la mesa.

## BOLICHE

Juego que consiste en lanzar con la mano, sobre una mesa cóncava, donde hay unos tubos abiertos hacia el centro de ella, tantas bolas como tubos hay; gana el que introduce más bolas en éstos.

## BOXEO

Deporte en que se combate sólo con los puños, estando prohibido todo golpe por debajo de la cintura y aun otros que pudieran resultar de un especial peligro para la integridad y vida del contrario. Los combates se celebran en un cuadrilátero limitado por una valla de cuerdas denominado ring, y están divididos en "rounds" (o asaltos). Los boxeadores se dividen en categorías según su peso y potencia y emplean guantes acolchados.

## BUCEO

Nadar y mantenerse debajo del agua conteniendo la respiración.

## CAZA

Buscar o seguir a fieras, aves y otros animales para cogerlos o matarlos. En un principio emplearon instrumentos, como las jabalinas y flechas con punta de bronce, - más tarde los perros corredores y armas de fuego.

## CICLISMO

Deporte de la bicicleta. Las diversas modalidades que presenta pueden encuadrarse en dos grupos, según que se practiquen en carretera o en pista cerrada.

## CRIQUET

Juego de pelota que se practica con paletas de madera.

## CROQUET

Juego de origen inglés, que consiste en el pase de una - bola de madera, empujada por una maza, por debajo de una serie de arcos.



## EQUITACION

Arte de montar y manejar bien el caballo.

## ESGRIMA

Deporte consistente en jugar y manejar la espada, el florete y el sable. Deriva de los duelos de arma blanca, y se practica en la actualidad con armas de punta redondeada y con la cara protegida por una rejilla de hilo blanco.

## ESQUI

Plancha estrecha y larga de madera dura o metal ligero, que permite deslizarse sobre nieve o agua. Ha dado origen al deporte del mismo nombre. Tres son las modalidades de este deporte: a) Nórdico; b) Alpino y, c) Acuático.

## GIMNASIA

Conjunto de ejercicios físicos destinados a desarrollar armónicamente al cuerpo. Existen diversas clases de gimnasia, pero las modalidades difundidas son: 1) La gimnasia deportiva o de competición; 2) la -

gimnasia educativa (respiratoria, correctiva y terapéutica); 3) la gimnasia rítmica (con música). El primer gimnasio se construyó en Grecia en 1320 a.C.

#### GOLF

De origen escocés, que consiste en impeler con diferentes palos, a manera de mazas, una pelota pequeña para introducirla en una serie de agujeros muy espaciados, 9 ó 18, abiertos en terreno cubierto ordinariamente de césped. Gana el jugador que hace el recorrido con el menor número de golpes.

#### FUTBOL

Arte de dominar el balón con los pies.

Deporte consistente en el juego entre dos equipos de 11 jugadores cada uno, con la finalidad de introducir un balón en la portería del adversario, respetando determinadas reglas.

#### HOCKEY

Antiguo juego de los indios canadienses, reformado en Inglaterra. Se juega con un palo algo curvado -

en la punta, que recibe también el nombre de hockey y con el que se pega a una pelota en dirección de izquierda a derecha. Los jugadores se distribuyen en dos bandos de 11 individuos cada uno, en un terreno de 92 metros de largo por 50 de ancho. Actualmente se juega también el hockey sobre patines y al hockey sobre hielo, con 5 jugadores en cada equipo.

#### JIU-JITSU

Sistema de lucha y de combate, vulgarizado en el --- Japón, donde ha llegado a ser deporte nacional, fundado en la vulnerabilidad particular de ciertas partes del organismo humano y destinado a permitir el triunfo de la destreza y de la agilidad sobre la --- fuerza bruta.

#### KARATE

Técnica japonesa de ataque y defensa, originaria del siglo XVIII. Consiste en concentrar toda la fuerza en un punto del cuerpo, generalmente la mano, para golpear al adversario en sus órganos vitales.

## LUCHA

Pelea o combate entre dos, a brazo partido, o cuerpo a cuerpo, en que sujetándose mutuamente, tratan de - dominarse o derribarse, colocando en el suelo al adversario (generalmente sus espaldas).

## MOTORISMO

Deporte de los aficionados a viajar en vehículo auto móvil y, especialmente en motocicleta.

## NATACION

Actividades deportivas que se basan en la natación o se relacionan directamente con ella. Comprende: - el waterpolo, los saltos, la natación subacuática, - la sincronizada y las pruebas de salvamento y socorro. La faceta deportiva de la natación, tiene orígenes recientes, pero como forma de recreación o desplazamiento, ya era conocida en el año 1000 a.C.

## PARACAIDISMO

Técnica de salto con paracaídas. Se inició como es pecialidad deportiva, después de la II Guerra Mun---

dial y ha alcanzado gran difusión entre militares y civiles. Las clasificaciones dentro de este deporte se efectúan en base a dos factores: la precisión en el aterrizaje y el estilo o posiciones adoptadas durante la caída libre.

#### PATINAJE

Ir resbalando o desliziándose con patines.

Abarca dos modalidades: Patinaje sobre ruedas y patinaje sobre cuchillas (o hielo). Este último, comprende dos clases de pruebas: patinaje de velocidad y patinaje artístico.

#### POLO

Juego de pelota entre dos grupos de jinetes que con mazas de largos astiles, lanzan sobre el césped del terreno una bola, observando ciertas reglas.

#### REMO

Carrera entre embarcaciones movidas por remos. Este deporte se inició a comienzos del Siglo XIX en -- Estados Unidos y Gran Bretaña. A partir de los Jue

gos de París (1900) el remo es deporte olímpico.

## RUGBY

Voz inglesa, con que se denomina a un juego deportivo, que se practica con un balón ovoide y en el que se enfrentan dos equipos de 15 jugadores cada uno, - respetando determinadas reglas. La finalidad del - juego, es colocar el balón en la línea de meta del - adversario, con lo cual se anota un "ensayo".

## TENIS

Juego de raqueta, en el que dos adversarios, separados por una red, lanzan una pelota.

## TENIS DE MESA O PINPON

Deporte derivado del tenis, que se juega sobre una mesa, ordinariamente debe jugarse en locales cerrados.

## TIRO

El tiro deportivo comprende actualmente una muy amplia gama de modalidades, que se distinguen por el -

blanco al que se tira, la posición del tirador y, -- principalmente por el arma empleada, pues al lado de las más modernas, se siguen utilizando otras anti---guas, como son la ballesta y el arco. Las más practicadas son: Tiro de ballesta; tiro con arco, tiro con arma de fuego, que se divide en tiro al blanco y tiro al vuelo.

#### SURF

Deporte que se practica con un tablón de unos tres - metros de longitud sobre el que se tiende el depor--tista boca abajo y se deja llevar por el oleaje en - dirección a la orilla.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

1. Reyes, Alfonso. Religión Griega, Mitología Griega; Ed. F.C.E., México, 1964, p. 314
2. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO. Editorial Bruguera Mexicana de Ediciones, S. A., México, 1979, p. 2033.
3. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen. El Periodismo en México, 450 Años de Historia; Ed. Tradición, México, 1974. p. 29
4. Ibidem, p. 31
5. Ibidem, p. 214
6. Del Río, Julio. La Prensa en México; Revista Mexicana de Ciencias Políticas No. 69, FCPyS, UNAM, 1972, p.23
7. Ibidem, p. 27
8. Cabañas Díaz, Pablo. Tiempo Libre; Revista de Estudios sobre la Juventud, CREA, México, 1981, p. 63
9. Ibidem.



10. Cremoux, Raúl. ¿Televisión o Prisión Electrónica?. Ed. F.C.E., Archivo del Fondo, No. 12, México, 1974 p.98
11. Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen. Historia del Periodismo en México; Apuntes, p. 89
12. Cremoux, Raúl. Ob. Cit. p. 97
13. Carbajal Pescador, Gonzalo. Vicepresidente del Club -- América. (Entrevista)
14. Confederación Deportiva Mexicana, A. C. Directorio de Federaciones y Delegaciones Estatales; México, 1981, - p. 84
15. Acevedo, Salvador. Director de Prensa y Relaciones Públicas de la Confederación Deportiva Mexicana. (Entrevista)
16. Confederación Deportiva Mexicana, Ob. Cit. pp. 38-60
17. Peláez Farell, Sergio. Ex-Jefe del Departamento de Actividades Deportivas del IMSS y Asesor del Lic. Fernando Alanís Camino, Subsecretario del Deporte. (Entrevista)
18. Lozoya Thalmann, Emilio. Subsecretario del Trabajo y Previsión Social y Exdirector del Equipo Oaxtepec-IMSS. (Entrevista)
19. Haro Oliva, Antonio. Breve Historia del Deporte y de los Juegos Olímpicos; Ed. Grijalbo, México, p. 80

20. Stanley, Johnson; Julián Harriss. El Reportero Profesional; Ed. Trillas, S. A., México, 1966, p. 250
21. Martínez Albertos, José Luis. Redacción Periodística; Ed. ATE., Barcelona, España, 1974, p. 41
22. Frazer Bon, Frank. Introducción al Periodismo; Ed. Li musa, S. A., México, 1965, p. 110
23. Martínez Albertos, José Luis. Ob. Cit. p. 110
24. Molina, Silvia. Control y Opinión Pública; Revista Me xicana de Ciencia Política No. 69, FCPyS, UNAM, 1972, p. 88
25. Uribe, Hernán. Sobre el Periodismo de Opinión y su Téc- nica Redaccional; Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No. 86-87, FCPyS, UNAM, 1976-77, p. 134
26. Molina, Silvia. Ob. Cit., p. 88

**B I B L I O G R A F I A**

REYES, Alfonso. Religión Griega, Mitología Griega; Ed. F.C.E. México, 1964. 608 pp.

BRAVO UGARTE, José. Periodistas y Periódicos Mexicanos; Ed. Jus, México, 1966.

BOND FRAZER, Frank. Introducción al Periodismo; Ed. Limusa S. A., México, 1965.

CABANAS DIAZ, Pablo. Tiempo Libre; Revista de Estudios sobre la Juventud, CREA, 1981.

CASTILLA DEL PINO, Carlos. La Incomunicación; Ed. Península, Barcelona, España, 1969.

CONFEDERACION DEPORTIVA MEXICANA, A.C. Directorio de Federaciones y Delegaciones Estatales. México, 1981.

CREMOUX, Raül. ¿Televisión o Prisión Electrónica?; Ed. F.C.E. Archivo del Fondo No. 12, México, 1974, pp. 122

DEL RIO, Julio. La Prensa en México; Revista Mexicana de - Ciencias Políticas No. 69, FCPyS, UNAM, 1972.

GERARLD, J. Eduard. La Responsabilidad Social de la Prensa; Ed. Libreros Mexicanos Unidos; México, 1965.

GONZALEZ LLACA, Edmundo. Ocio y Tiempo Libre; Ed. F.C.E., México, 1974.

GONZALEZ REYNA, Susana. Manual de Redacción e Investigación Documental (Apuntes) FCPyS, UNAM.

HARO OLIVA, Antonio. Breve Historia del Deporte y de los -- Juegos Olímpicos; Ed. Grijalbo.

INDICE GENERAL DE MEDIOS. Diccionario; Ed. Medios Impresos, México, 1979.

LEFEBVRE, Henri. La Vida Cotidiana en el Mundo Moderno; Ed. Alianza, Madrid, España, 1980, 353 pp.

MANUAL DEPORTIVO OLIMPICO. Comité Organizador de los Juegos de la XIX Olimpiada, Adaptación y Texto de Tovilla Laguna, Amado. Ed. UTHEA, México, 1968.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. Redacción Periodística; Ed. ATE. Barcelona, España, 1974, 254 pp.

MEMORIAS DEL PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE DERECHO DEL DEPORTE. Tomo I. Comité Organizador de la XIX Olimpiada. -- UNAM, México, 1968.

MOLINA, Silvia. Control y Opinión Pública; Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69, FCPyS, UNAM, 1972.

RUIZ CASTAÑEDA, Ma. del Carmen. El Periodismo en México, - 450 Años de Historia; Ed. Tradición, México, 1974, 380 pp.

STANLEY, Johnson. El Reportero Profesional; Ed. Letras, -  
S. A., México, 1964, 510 pp.

TORRES, Teodoro. Periodismo; Ediciones Botas, México, 1937,  
272 pp.

URIBE, Hernán. Sobre el Periodismo de Opinión y su Técnica  
Redaccional; Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Socia  
les No. 86-87, FCPyS, UNAM, 1976-77.

**P E R I O D I C O S**

DIARIO OFICIAL. Lunes 7 de junio de 1976. 96 pp. Mariano D. Urdanuvia.

DIARIO OFICIAL. Martes 20 de enero de 1981. 64 pp. Rafael Murillo Vidal.

ESTADIO. D. F. Marzo 29 de 1976.

ESTO. D. F. Septiembre 2 de 1941. Jorge García Valseca.

ESTO. D. F. Octubre 29 de 1982. Mario Vázquez Raña.

LA AFICION. D. F. Diciembre 25 de 1930.

OVACIONES. D. F. Julio 2 de 1982. Fernando González Parra.

OVACIONES. D. F. Viernes 29 de octubre de 1982. Fernando González Parra.

OVACIONES. D. F. Jueves 16 de diciembre de 1982. Fernando González Parra.



**ENTREVISTAS**

ACEVEDO SALVADOR  
Director de Prensa y Relaciones Públicas de la Confederación  
Deportiva Mexicana

BERMEJO, JORGE  
Uno de los periodistas más antiguos de "LA AFICION"

CARBAJAL PESCADOR, GONZALO  
Vicepresidente del Club América

LARA MEJIA, SERGIO  
Director de Prensa y Relaciones Públicas del Comité  
Olímpico Mexicano

LOZOYA THALMANN, EMILIO  
Subsecretario del Trabajo y Previsión Social y Exdirector  
del Equipo Oaxtepec-IMSS

MONDRAGON Y KALB, MANUEL  
Ex-Subsecretario del Deporte

PELAEZ FARELL, SERGIO  
Ex-Jefe del Departamento de Actividades Deportivas del IMSS  
y Asesor del Lic. Fernando Alanís Camino, Subsecretario del  
Deporte

ROMERO VARGAS, DAVI  
Presidente de la Federación Mexicana de Esgrima