

40424
23



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGON**

**“LA MUJER Y EL PERIODISMO DEPORTIVO: ENTRE
LA VOCACION, EL CONOCIMIENTO Y LA
PUBLICIDAD”. REPORTAJE**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
P R E S E N T A :
CORONADO ALVAREZ] JOANA CAROLINA**

ASESORA: MTRA. SALUD SOCORRO JARAMILLO RIOS

SAN JUAN DE ARAGON, ESTADO DE MEXICO.

2003

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Porque de ti aprendí la mejor de las lecciones, porque si bien el camino no ha sido fácil para ninguna de las dos: hoy con pasos firmes te demuestro que lo he aprendido a andar.

Porque en todo momento encontré amistades y apoyos, porque sus acciones dijeron más que mil palabras.

Porque juntos dimos vida a esta ilusión, porque siempre estuvo presente el detalle o la palabra y porque nunca olvidaste nuestra promesa...

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
TEMA I ENTRE DEPORTE, HISTORIA Y ALGO MÁS.....	5
TEMA II PERIODISMO DEPORTIVO: POR QUÉ Y PARA QUÉ.....	9
TEMA III DE DEPORTE Y MEDIOS EN UN DOS POR TRES.....	14
TEMA IV LUCES, CÁMARA, PRENSA Y DEPORTE.....	19
TEMA V ELLOS, NOSOTRAS O CUALQUIERA: UNA LUCHA DE ANTAÑO.....	24
TEMA VI ROMPIENDO LA FRONTERA SEXUAL: MUJERES, UN INTEGRANTE MÁS DEL ÁMBITO DEPORTIVO.....	28
TEMA VII ¿MUJERES Y DEPORTE?... DIFÍCIL, PERO NO IMPOSIBLE.....	33
TEMA VIII ENTRE LA VOCACIÓN, EL CONOCIMIENTO Y LA PUBLICIDAD..	38
TEMA IX DEPORTE CON VOZ DE MUJER.....	45
TEMA X LA DIFÍCIL TAREA DE IR TRAS LA NOTA DEPORTIVA SIENDO MUJER.....	51
TEMA XI UNA MUJER EN DEPORTES ES... ..	57
TEMA XII DESIGUALDAD Y DISCRIMINACIÓN: LA OTRA CARA DE LA MONEDA.....	63
TEMA XIII Y LA LUCHA CONTINÚA.....	68
A MANERA DE CONCLUSIÓN	72
FUENTES CONSULTADAS	74

INTRODUCCIÓN

Deporte y hombre, sinónimo de polémica, de pasión y adrenalina, mezcla perfecta, fortaleza impenetrable, espacios, personajes e historias establecidas que difícilmente se abren a la competencia, pero no de sus semejantes - los mismos hombres -, sino a la competencia femenil que aunque limitada existe.

Y es que así como deporte y hombre gozan de popularidad a lo largo del ámbito social, hablar de la incursión femenina al campo periodístico deportivo implica abordar de principio a fin cada uno de los inconvenientes y obstáculos que tienden a ser librados por todas aquellas deseosas de trascender en esta fuente.

Porque, si bien es cierto que se ha dado a la mujer mayor oportunidad para demostrar su capacidad y talento, todavía prevalecen en la sociedad una serie de pensamientos y acciones que sin caer en posturas ciento por ciento machistas, la colocan en situaciones desventajosas.

Claro ejemplo de ello lo constituye el campo deportivo, un espacio en donde a poco más de treinta años de la incursión femenina, las intimidaciones, las críticas y los cuestionamientos hacia su trabajo parecen no ceder.

Porque con frecuencia se cree que la mujer es incapaz de hablar con argumentos y emoción del ámbito deportivo... porque pocas son las periodistas que encabezan horarios estelares, contenidos de importancia y protagonismos reales.

No obstante, la presencia femenina a través del periodismo deportivo es un hecho que no puede ni desea ser tapado con un dedo, pues no sólo demuestra la capacidad que tiene la mujer para incursionar en áreas tradicionalmente practicadas por el hombre, sino que impulsa la ruptura y el olvido de modelos, ideologías, estructuras y formas de vida que con frecuencia hacen más profundo el abismo que separa a la mujer y al deporte.

Una postura que etiqueta el ejercicio periodístico deportivo de la mujer como una actividad superflua y vacía, al poner en entredicho la capacidad y la vocación con la que ésta realiza su trabajo. Porque se tiene la idea de que quienes ingresan a la cobertura deportiva lo han hecho a partir de sus cualidades físicas,

olvidando que lo más importante de esta tarea es el comprometerse con la veracidad de la información y la pasión que implica la actividad deportiva.

La mujer y el periodismo deportivo: entre la vocación, el conocimiento y la publicidad. Reportaje, no sólo pretende mostrar cuál es el papel que juega la periodista dentro del campo deportivo, sino hacer evidente que existe una continua lucha entre la convicción de ejercer la verdadera profesión periodística y el involucrarse en el desempeño del show publicitario que implica el deporte.

Es por ello que a través de los trece apartados que ofrece este trabajo, se hace presente la voz de reconocidas periodistas deportivas que de alguna forma han experimentado de manera directa todas y cada una de las situaciones que dan vida al híbrido formado por deporte y periodismo.

Asimismo, con la finalidad de equilibrar la investigación, se incluye el punto de vista masculino, cuya presencia origina la exposición de ambas posturas que confrontan y ponen en entredicho cada uno de sus argumentos.

El mundo del periodismo deportivo no es fácil, se necesita fuerza e interés para practicarlo... el mundo del periodismo deportivo comenzó a escribirse por y para hombres, hoy es una realidad el enfoque femenino.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ENTRE DEPORTE, HISTORIA Y ALGO MÁS

En un mundo sin religión, el deporte sería el medio de comunicación privilegiado de las masas entre sí, el vínculo colectivo por excelencia de la comunidad urbana, nacional o universal.

H. LUCOT

Deportes: única y exclusivamente deportes, de día o de noche, a todas horas y para todos o casi todos los gustos, lo cierto es que con frecuencia y sobre todo de manera natural hemos aprendido a convivir con innumerables contenidos deportivos... contenidos que al ser difundidos tanto por la prensa como por la radio y la televisión crecen, se multiplican, invaden.

Pero la popularidad de la que hoy pueden gozar los contenidos deportivos no ha surgido de la nada, como tampoco se puede hablar de una forma creada para disfrutarse en un dos por tres y ya. No, detrás de deporte y medios de comunicación se encuentra lo que años más tarde se conocería como periodismo deportivo impreso.

Porque fue precisamente en los impresos donde la información deportiva comenzó a circular toda vez que el deporte se convertía en uno de los fenómenos sociales más importantes, pues no sólo restaba importancia a los espacios informativos sino que visiblemente contribuía al nacimiento de una industria económicamente rentable: la de la prensa deportiva.

Así, la prensa sirvió en principio de ayuda al deporte, sin embargo, gracias a la demanda que reflejaba el ámbito deportivo, fueron precisamente los periódicos quienes echaron mano de ello para construir su propio crecimiento... crecimiento que con el correr del tiempo convirtió al periodismo deportivo en uno de los

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

principales géneros masivos encargado de difundir el deporte en el ámbito mundial.

Una historia de amor, una unión que no ha dejado de reforzarse en un doble vínculo: matrimonio de amor y conveniencia; como el periodista, Edouard Seidler tiene a bien definir y calificar la relación que ha surgido entre el deporte y la prensa, en su obra titulada: *Sociología del deporte. Configuración de un campo.*

No obstante, prácticamente desde la aparición del deporte en la Grecia clásica, la necesidad de dar a conocer a las masas todos los aspectos relacionados con esta nueva actividad, que años más tarde se conocería como Olimpiadas, no se hizo esperar, dando paso a los "hombres narradores", cuya tarea consistía en presenciar los eventos deportivos para más tarde reconstruirlos frente a numerosos públicos, multitudes que de acuerdo al protocolo requerido por la máxima fiesta deportiva, quedaban excluidos del espectáculo. Esta fue la razón por la cual estos hombres han sido considerados como el antecedente más remoto de la prensa deportiva.

Aunque no debe olvidarse que es a principios del siglo XIX, cuando con la llegada de la Revolución Industrial, son los deportes quienes despiertan la creatividad de la sociedad inglesa, al involucrarse notablemente en asuntos tan importantes como el nacimiento de periódicos especializados en el tema o bien en el difundir - consecuencia lógica de lo anterior - cada uno de los ejemplares que tuvieran a bien poner de moda el movimiento deportivo.

Por ello no es de extrañarse que, como menciona el sociólogo deportivo Richard Mandell en su obra *Historia cultural del Deporte*, fuera precisamente en empresas y promotores en quienes recayera la tarea de expandir al deporte a nivel masivo, pues hasta antes de 1800 no podía hablarse de una industria económicamente rentable. De pronto y casi como de la nada aparecían los primeros estadios de béisbol, los fabricantes de equipo deportivo, los primeros redactores de páginas deportivas en revistas especializadas y por supuesto el naciente "boom deportivo".

A principios del siglo XX, la fiebre deportiva, la era del deporte o simplemente el espectáculo de moda, se perfilaba como la antesala de lo que sería transformado en el pretexto que en repetidas ocasiones formaría parte importante de los medios de comunicación.

Pero a todo esto, ¿qué sucedía en nuestro país con el periodismo deportivo? La respuesta es clara, ni siquiera había indicios de que las actividades deportivas pudieran simpatizar del todo o tuvieran cabida en una sociedad que comenzaba a gestar su revolución; periódicos sí, sí había pero sus espacios estaban plagados de información política. Aunque de pronto una que otra nota deportiva lograba

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

colarse, pero no obtenía la respuesta que había despertado principalmente en Inglaterra y Estados Unidos, países en los que a principios de 1900 el ambiente comenzaba a tornarse más cercano al deporte.

Y es que durante el nuevo siglo, la aparición del periodismo de masas se multiplicó, ganando una impresionante aceptación gracias al aprovechamiento de nuevas técnicas de reproducción e impresión mucho más rápidas y baratas que permitían que las grandes masas tuvieran un acceso rápido y directo con los contenidos del deporte-espectáculo.

Sin embargo, de no haber sido por la gigantesca campaña publicitaria que se creó alrededor del ámbito deportivo, los espacios informativos que la prensa ofrecía no hubieran accedido a publicar notas, crónicas, reportajes y toda clase de artículos periodístico-deportivos.

Porque sólo se puede hablar de deporte-espectáculo cuando las actividades deportivas se convierten en un "show masivo", en un modelo que atrae y aglutina a la multitud, para que de una u otra manera, directa o imaginariamente, se establezca comunicación con los protagonistas de la escena deportiva: los atletas.

No obstante, esta nueva industria siguió creciendo, a tal grado que durante las décadas de los años 20 y 30 la mayoría de las secciones deportivas de los periódicos comenzaron a exagerar la información que llegaba a las salas de redacción, porque de esa forma podía mantener acaparada la atención de los lectores en cantidades extraordinarias.

De ahí que lo más importante para el deporte fue el comenzar a crear héroes o ídolos deportivos que más que ofrecer carisma y espectáculo, se daban a la tarea de utilizar a los medios de comunicación con fines económicos, políticos e ideológicos.

Nuestro país poco a poco comenzaba a contagiarse de la "fiebre deportiva"; no escapaba al boom publicitario con todo y la llegada del Porfiriato, aunque su consolidación sería marcada por allá de los años 30, época en la que notoriamente comenzaba a gestarse la construcción del México contemporáneo.

Así, el llamado espectáculo deportivo atraía la atención de pequeños y grandes, de hombres y mujeres, de ricos y pobres, de grandes masas que demandaban ser partícipes de este fenómeno.

Un fenómeno que de acuerdo con Heriberto Murrieta, quien actualmente se desempeña como comentarista deportivo en la agencia informativa Detrás de la Noticia, "...llegó un poco tarde a nuestro país, pero fue rápidamente acogido, de hecho inmediatamente tanto la radio como la televisión siguieron el ejemplo de la

prensa y construyeron toda una serie de programas de corte deportivo que pronto se colocaron en el gusto del público, pues sus principales funciones eran el brindar descanso y diversión sencilla, rápida y accesible..."¹

De ahí entonces que el periodismo deportivo se convirtiera en la manifestación más grande que pudiera satisfacer a prácticamente todo un público lector ávido de evasión y ligereza.

Es verdad que el periodismo sirvió para expandir al deporte, pero también es cierto que los cambios económicos, culturales y políticos lo consolidaron como una de las actividades más importantes tanto para los medios de comunicación como para el desarrollo social y físico del ser humano.

Si el periodismo refleja el acontecer de cada época, la historia día a día no puede desligarse del deporte, uno de los hechos característicos que marcaron el siglo XX.

¹ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.

PERIODISMO DEPORTIVO: POR QUÉ Y PARA QUÉ

Espectáculo popular, espacio donde convergen la pasión, la adrenalina y la entrega con miras a hacer de cada edición, de cada emisión, de cada cuartilla, de cada hecho una fiesta interminable: el periodismo deportivo.

JEAN MEYNAUD

En cualquier espacio, a cada minuto, a través de miles de personas se generan hechos, noticias, acontecimientos; historias que al unísono captan la atención de grandes públicos que encuentran en los medios de comunicación la respuesta a su sed de información.

Basta con oprimir un botón, sintonizar una frecuencia, hojear algún diario, acceder a la web o simplemente mantener los sentidos a flor de piel, para que todo tipo de información se conjugue y llegue a formar parte de la vida cotidiana.

Fue así como todo o casi todo se convirtió en objeto de atención; rápidamente las finanzas, el medio artístico, la política, los eventos sociales, el mundo deportivo, la economía, la cultura y la misma ciudad integraban a sus filas a cientos de personas que pronto se convertían en públicos especializados sobre temáticas específicas.

Todo un fenómeno, cuya finalidad radicaba en comunicar, analizar e incluso valorar los hechos y opiniones empleando todos los medios de comunicación social: el periodismo.

Una profesión que a partir de ser difundida y practicada comenzó a originar y desarrollar áreas periodísticas especializadas encaminadas a ofrecer contenidos cada vez más precisos y completos, una de ellas el periodismo deportivo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para muchos un campo de trabajo donde la indagación de hechos, su vigencia y veracidad pueden combinarse con la adrenalina deportiva, para otros, una forma fácil e intrascendente de servir a la labor periodística; lo cierto es que a partir de su gestación, el periodismo deportivo comenzó a colocarse como uno de los más difundidos y aceptados por numerosos públicos que disfrutaban la recreación de cada uno de los eventos deportivos nacionales e internacionales de mayor relevancia.

Estaba dicho que la incursión del periodismo a los medios de comunicación marcaría el inicio de la "fiebre deportiva", moda que incluso hoy día es vigente y cobra cada vez mayores audiencias.

De ahí que Heriberto Murrieta, comentarista deportivo, mencione que: "...el periodismo deportivo es aceptado, escuchado y seguido por grandes auditorios que lo llevan a superar el rating incluso cuando se habla de temas nacionales e internacionales, gracias a ello y a su demanda es que ha experimentado considerables incrementos dentro de los espacios que ofrecen los medios de comunicación..."²

¿Pero qué ofrece el periodismo deportivo en sus contenidos que atrapa rápidamente al público?; entretenimiento, recreación, notas coloridas y excitantes, personajes que de la noche a la mañana se convierten en ídolos multitudinarios... ligereza y ritmo informativo, evasión hacia un mundo cuya problemática radica en perder una contienda, fallar un gol, disminuir la velocidad e incluso -por exagerado que parezca- prescindir de la jornada deportiva del fin de semana.



Deporte Ilustrado Estrellas del Siglo XX

Porque es precisamente esta especialidad periodística la que ha dado no sólo a la prensa, sino a la radio y a la televisión la posibilidad de crear diarios, suplementos, cápsulas y programas especializados en la cobertura de la fuente deportiva.

Como menciona Carl Nelson Warren en su obra *Géneros Periodísticos Informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*,³ no cabe duda que a cada minuto se generan millones de nuevos aficionados ansiosos por leer, ver y oír acerca del mundo

² Idem.

³ Cfr. Warren, Carl Nelson. *Géneros Periodísticos Informativos: Nueva enciclopedia de la noticia*. 1995. pág. 6.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

deportivo al igual que otros muchos que sienten deseos de leer los comentarios periodísticos de los espectáculos o las páginas de sociales. La diferencia radica en el tratamiento de la información, pues mientras en estos últimos predominan las estructuras glamorosas y rimbombantes, la fuente deportiva se caracteriza por saber ¿qué opinan los expertos sobre la última jugada?, ¿a qué se debió tal o cual incidente?, ¿quién o quiénes son los favoritos en las contiendas?, en realzar la adrenalina, fuerza y emoción con que se vive la fiesta deportiva.

A simple vista, hacer periodismo deportivo suena cosa fácil pues entre emoción, adrenalina y eventos deportivos, lógico resultaba que áreas como la política, las finanzas, la economía e incluso la misma ciencia llegaran a cuestionarle la falta de seriedad en cuanto a la búsqueda y presentación de los hechos.

Parece fácil, pero no lo es. Todos o casi todos llegan a cuestionar a los reporteros deportivos, pues entre que ocupan las mejores localidades, conocen a los deportistas del momento y fungen como interlocutores del hecho noticioso, no deja de persistir la creencia de que la información deportiva es una "ganga", pues incluso no es de extrañarse que entre periodistas de otras fuentes se escuche un: ¡Te pagan para ir al fútbol! o un ¡Cobrar por divertirse!

Cubrir el ámbito deportivo y todas sus variantes implica comprometerse con la responsabilidad periodística de la información; al respecto, Sandra Becerril, reportera de esta fuente en el periódico *Reforma*, afirma que: "...el periodismo deportivo es diversión, entrega y pasión, es una de las fuentes más importantes dentro del periodismo, sin embargo, en variadas ocasiones se le considera como intrascendente, pero está en uno mismo como reportero tomarlo en serio y saber que tu trabajo vale igual que el de política o economía, saber que es igual de válido, que a final de cuentas es periodismo.

"Es molesto que hablen mal de la fuente deportiva, pero en el Mundial las secciones más leídas fueron las de deportes, al igual que en los Olímpicos... no hay mayor prueba de que a todos les gusta el deporte..."⁴

Porque entre la locura de los horarios, la revisión del material informativo e incluso las horas de cierre, el periodista deportivo compite al igual que los integrantes de otras áreas; pues contrariamente a lo que se piensa, el cubrir la fuente deportiva implica que el reportero mantenga alerta los sentidos para vigilar constantemente el reloj y el desarrollo del evento con miras a registrar datos informativos que atraigan la atención del público.

Ante ello, lógico resulta que los periodistas deportivos se mantengan al margen del público asistente, pues la excitación y euforia que éste manifiesta pueden llegar a subjetivar la información, por ello conveniente se hace que no se

⁴ Entrevista efectuada a Sandra Becerril, reportera deportiva en el periódico *Reforma*. 24 de julio de 2002.

tome partido, ni se rebasen los límites del comentario o la nota que se está cubriendo.

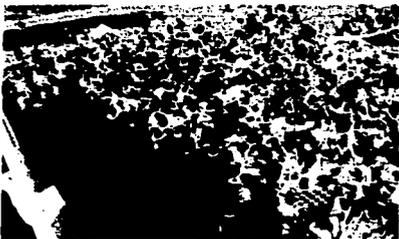
Para Alejandra Benítez, periodista y editora del suplemento deportivo *Señor Fútbol* del periódico Reforma, el verdadero periodismo deportivo se define como

"...una variante dedicada a cubrir todo lo relevante en cuanto al deporte nacional y mundial, en el que el principal ingrediente es el estar empapado del tema a tratar para controlar la emoción y la euforia que desborda cualquier escena deportiva..."⁵

Es verdad que el ámbito deportivo está plagado de emoción, adrenalina, triunfos y derrotas; pero también es cierto que al momento de adoptar los dotes periodísticos, lo mejor es abordarlo exactamente como si se tratara de un incendio, un accidente o un discurso, pues entre más apegada sea la información a la realidad mayor validez periodística tendrá.

Sin embargo, es precisamente esta variante periodística la que goza de una relativa libertad en la elección de su vocabulario, pues al ser el deporte una actividad que abraza a todas las clases, obvia resultó la adopción de frases y palabras más ligeras o pintorescas en comparación con las que se utilizan en el desarrollo de otras temáticas.

Un recurso estilístico que imprimió dinamismo al lenguaje empleado por el periodismo deportivo, elemento que sin lugar a dudas lo situó como a uno de los principales ámbitos en el que las expresiones coloridas y extravagantes se convirtieron en uno de los elementos de mayor peso dentro de esta fuente.



Archivo Fotográfico Ciudad Universitaria.

Un periodismo que adoptó al deporte... una herramienta que en la búsqueda de la identidad individual y cultural atrajo al periodismo; un híbrido que como menciona Georgina González, conductora del programa *Adición Deportiva*, transmitido por *Estadio 590 A.M.*, ha logrado captar la atención de chicos y grandes gracias a la capacidad con que retrata a través de los medios de comunicación la esencia deportiva.

Porque hablar de periodismo deportivo no sólo implica descubrir hechos noticiosos, personajes polémicos o historias míticas, sino involucrarse en una tarea que más que tener como denominador a los medios de comunicación, se

⁵ Entrevista efectuada a Alejandra Benitez, periodista y editora deportiva en el periódico *Reforma*, 6 de agosto de 2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

compromete con la labor informativa que encierra la verdadera práctica periodística.

Es por ello que la fuente deportiva constantemente se esfuerza por cumplir con su deber informativo, al comprometerse firmemente con la responsabilidad y veracidad que caracteriza al periodismo.

Pudo haber existido cualquier cantidad de nombres o calificativos que designaran la incursión del deporte al campo periodístico, sin embargo, con el nacimiento del periodismo deportivo, no sólo se aludía a la práctica informativa sino que se sumaba la pasión, la fuerza y la popularidad del deporte.

A final de cuentas, la unión periodismo-deporte no sólo consolidó la difusión y práctica de este último sino que exaltó de manera terminante la función de los medios de comunicación como transmisores de incontables acontecimientos de interés deportivo.

DE DEPORTES Y MEDIOS EN UN DOS POR TRES

Deporte y medios: espectáculo de masas, espectáculo popular... fortaleza impenetrable que aliena, domina e integra.

JEAN MARIE BROHM

Como espectáculo, como actividad recreativa, quizá como medio de diversión, pero sobre todo como género periodístico, el deporte ha logrado abrirse camino dentro de una de las más grandes industrias económicas, la de los medios de comunicación, industria que ha tenido a bien admitirlo gracias a la aceptación que ha desencadenado dicha actividad en la sociedad.

Por ello, deporte y medios de comunicación se unieron, se aliaron complementándose uno con otro, dominando espacios, explotando sus temas, sus problemáticas, su ideología, sus mitos. Deporte y medios se convertían en la fórmula ideal para promover deporte y espectáculo.

Y es que si el espectáculo deportivo se ha convertido hoy día en una fiesta multitudinaria, era de suponerse que rápidamente los medios de comunicación adecuarían sus espacios para imprimirle mayor dinamismo y atractivo a la escena deportiva, pero sobre todo que abrieran sus puertas para consolidar a uno de los más grandes mercados comerciales: el deporte-espectáculo.

De esta forma, ideas, propuestas, conceptos y proyectos deportivos plagaban no solamente a los diarios, sino que se adherían al juego radiofónico y televisivo, ofreciendo al espectador un sinnúmero de posibilidades de evasión, de identificación con actitudes e ídolos deportivos, de ideas ligeras, libres de tensiones, de simple diversión y, por qué no mencionarlo, de entusiasmo y entrega.

Porque fue precisamente esa pasión y entrega la que dominó la capacidad con la que revistas y diarios realizaban sus tirajes con la finalidad de ofrecer tanto

a pobres como a ricos la información deportiva, recreación de hechos que detalle a detalle revivía en forma fascinante el acontecer deportivo.

Sin embargo, faltaba ese toque de complicidad, ese toque de viveza hacia el periodismo deportivo; hecho que no fue ignorado por la radio y principalmente por la televisión, quienes rápidamente se encargarían de sensibilizar cada uno de los eventos del mundo deportivo, de proveerle vida al deporte espectáculo, de hacerlo vibrar al compás de los gritos y la inmovilidad del espectador, un integrante más del juego, un integrante más del show deportivo.

Así, la consolidación del periodismo deportivo alcanzaba la cúspide, la televisión se había encargado de ello, pues gracias a su poder, alcance e impacto había logrado captar la atención de considerables públicos, que rápida y satisfactoriamente se adaptaban a la simultaneidad que implicaba presentar al espectador una visión global, perfecta y detallada de tal o cual evento deportivo.

Por ello, fabricantes de automóviles, compañías aéreas, cigarreras e incluso gran parte de las industrias cerveceras incursionaron en el "show deportivo" destinando mayores presupuestos a su publicidad para llegar a los telespectadores con miras al incremento de sus ventas, situación que resultó ser económicamente rentable.

Quizá sea por ello que los programas deportivos suelen emitirse durante las horas de mayor audiencia. Quizá sea que la televisión le vino como anillo al dedo al consumidor casero que desde la comodidad de su asiento tiene la capacidad de convertirse en jugador y crítico, al mismo tiempo que exige mayor precisión por parte de los jugadores debido a la fidelidad con la que en pantalla son transmitidos los encuentros deportivos.

De ahí que como menciona Alexis Vázquez, autor del libro *Deporte, Política y Comunicación*, el periodismo y el espectáculo vayan siempre de la mano, sean indivisibles, -como diría un matemático- porque pese a las duras críticas que se les haga, con la llegada de la televisión, esta fuente cobró una fuerza indescriptible que propiciaría el nacimiento de la llamada era deportiva.

Pero como en toda historia siempre hay un lado negativo, como siempre hay que mostrar la otra cara de la moneda, hay que hablar del decremento que sufrió el espectáculo deportivo en vivo por parte de los asistentes, pues al adaptarse satisfactoriamente a la pequeña pantalla, no sólo ganaban un lugar privilegiado para observar cada uno de los encuentros, así como las repeticiones, sino que cómodamente captaban los detalles; hecho que afectó en un principio la economía de la infraestructura deportiva.

Así fue como el espectáculo-deportivo se trasladó de los estadios a las cafeterías, a los centros comerciales, a las oficinas y a los hogares. El impacto que la televisión ha impuesto sobre el periodismo deportivo, la ha llevado a construir un "pequeño monopolio" en cuanto a horarios de transmisión, pues siendo los fines de semana los días en que más afluencia receptora se puede ganar, no es de extrañarse que al encender el televisor y dar un vistazo por cada uno de sus canales, sean contenidos deportivos los que se encuentren, no es de extrañarse que sea parte de una cuestión meramente publicitaria.

Ahora que, cabría la posibilidad de cuestionar si es la televisión el medio de comunicación que está sustituyendo al periodismo impreso, pues la competencia y la rapidez con que fluyen los deportes en televisión han obligado a la prensa a realizar comentarios más profundos y diversos.

Ante ello, Heriberto Murrieta menciona que "...el periodismo deportivo es más apreciado en la televisión, quizá gracias a cada una de las comodidades que le ofrece al público para ver, disfrutar y vivir los momentos más emocionantes del deporte que prefiera.

"Además hay que estar consciente de que la televisión es el principal medio de comunicación en cuanto a la venta de conceptos, imágenes y productos, pues el acceso a la información que presenta es fácil: sólo oprimes un botón y ya no tienes que pensar en nada más, sólo debes preocuparte por tener un buen ángulo de apreciación y listo..."⁶

De ahí que prensa y televisión rápidamente se convirtieran en rivales, gracias a que una y otra trataban de captar la atención del público al por mayor, sin embargo, el papel asumido por los diarios deportivos ha sido el de incluir en sus páginas información o aspectos adicionales que fácilmente se identifican a lo largo de comentarios retrospectivos, más profundos que los de la televisión, para de esta forma sacar un poco de ventaja.

Es verdad que la televisión ha desplazado a la prensa porque ha ganado mayores espacios (de hecho el 90% de la programación sabatina y dominical se basa en contenidos deportivos), el rating que registran sus emisiones es representativo, pero entonces ¿por qué los diarios especializados en la fuente deportiva no han desaparecido?, ¿por qué mantienen estables las cifras de su tiraje?

En opinión de Iracema Campos, reportera de la fuente deportiva desde hace cinco años en el periódico *Ovaciones*: "...el periodismo deportivo a través de los medios impresos es interesante, pero no deja de tener cierta desventaja en cuanto

⁶ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.

al dinamismo que presenta la televisión, pues es evidente que al público le parezca más atractiva la idea de presenciar de manera cómoda e indirecta los eventos deportivos, sin embargo, la tarea de la prensa consiste en dar a conocer lo que no se habló, lo que no se vio, nuestro reto es revivir la información que hasta cierto punto ya es pasada.

“En cuanto a la radio, no se puede decir menos, pues gracias a su capacidad de emitir señales conquistó gran parte de la industria deportiva, adoptando una posición preferente a la prensa y poco desfavorable con la televisión, pues si bien es cierto carece de imágenes que acompañen al sonido, tiene la ventaja de brindar un fácil acceso a su información. Un claro ejemplo es la presencia de la radio y por ende de contenidos deportivos en el transporte público, bares, cafeterías e incluso centros comerciales que preferentemente los fines de semana se rigen por la línea deportiva...”

Es por ello que se ha tenido a bien mencionar que es la radio precisamente la que se convirtió en el respaldo de la industria televisiva, pues tan sólo hay que mirar la facilidad con la que los contenidos deportivos han logrado homogeneizar al público, integrándolo en un solo sector al cual van dirigidos los mismos.

Quizá el éxito del periodismo deportivo en la radio se deba ciertamente al juego y agilidad con la que entre voces, emociones y sonidos se entreteje la pasión de cada uno de los radioescuchas, tal vez se deba a la empatía que el radioescucha siente por la voz emitida por la radio, dando margen a la liberación de emociones sin inhibición.

Porque si bien es cierto que tanto la prensa como la radio y la televisión tomaron como pretexto la popular corriente deportiva, ésta a su vez se adaptó sin inhibiciones a los estándares y estilos que manejaba cada uno de ellos, hecho que de manera radical comenzó a transformar al deporte espectáculo en una actividad mediante la cual diversos anunciantes hacían llegar sus productos a las grandes masas, de ahí que pronto el periodismo deportivo como tal comenzara a ser considerado como un show deportivo.

Y es que bajo las condiciones en las cuales el periodismo deportivo ha tenido que desarrollarse actualmente en los medios de comunicación, evidente es que estableciera alianza con la publicidad, debido a que notoriamente le ha ayudado a captar y manifestarse ante numerosas audiencias, las cuales al verse bombardeadas por diversos programas deportivos, se dan a la tarea de seleccionar solamente aquellos que le puedan proveer la mayor cantidad de fascinación y sobre todo que mediante estímulos publicitarios le hagan más digerible el momento que destina a escuchar, ver o leer tales contenidos.

⁷ Entrevista efectuada a Iracema Campos, reportera del periódico *Ovaciones*, 12 de enero de 2002.



Deporte Ilustrado: Gran Premio de España.

Porque recordemos que deporte y publicidad van de la mano a partir de que los factores económicos entraron a formar parte de lo que hoy día es considerado el mercado comercial en el que más fácilmente se pueden vender conceptos y por ende recuperar jugosas ganancias.

Cuestiones económicas, estrategias de mercadotecnia, simple industria vendedora de diversión, lo cierto es que lo que surgió en un principio como periodismo deportivo, hoy gracias a la capacidad con la que los medios de comunicación lo han acogido dentro de sus

estructuras operativas se ha convertido en el pretexto idóneo para publicar cualquier cantidad de productos mediante la difusión de las actividades deportivas.

Ahora bien, lo que definitivamente no puede quedar en el olvido es que de los principales medios de comunicación, es la televisión la que ha logrado adueñarse casi en su totalidad de los contenidos deportivos, pues al ser considerada como el principal canal de ventas para diversos empresarios, consecuencia lógica es que haya convertido sus espacios en todo un monopolio económico-comunicativo.

De la prensa no resta más que decir que el papel que le ha tocado jugar es el de arduo competidor, no obstante, tampoco ha logrado escapar de la industria publicitaria, que al ejercer el poderío del cual hace alarde, llena gran parte de las páginas periodísticas de espectáculos deportivos totalmente montados, que en variadas ocasiones llegan a beneficiar la estructura económica de los medios impresos.

Así el periodismo deportivo es modificado, utilizado e incluso explotado, no caben dudas al mencionar que como total y pura especialización periodística escasamente se le puede encontrar en las variadas programaciones que proyectan la radio y la televisión, e incluso en las páginas deportivas se puede observar notoriamente el nuevo híbrido que han formado las estructuras periodísticas y la publicidad aplicadas al ámbito deportivo: el "show deportivo".

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

LUCES, CÁMARA, PRENSA Y DEPORTE

Lo bueno y lo malo, la alegría y la decepción, el triunfo y el resentimiento: pasiones e instintos que se liberan con intensidad, que convergen alrededor de la máquina deportiva, del espectáculo deportivo.

JEAN MEYNAUD

De espectáculo a show económico, de actividad recreativa a mercado publicitario, de periodismo deportivo a pretexto ideal para aglutinar grandes públicos, que difícilmente escapan de los medios de comunicación y el boom comercial que han creado alrededor de una de las más grandes pasiones de la humanidad: el deporte.

Actividad que hoy, presumiblemente se sabe presa de sí misma, de su propio show, de su alcance, de su globalización, que si bien es cierto ha acelerado su apertura y aceptación, también ha contribuido a viciar en repetidas ocasiones ya no sólo la función informativa del periodismo deportivo, sino su verdadera esencia: la credibilidad, el colorido y la viveza.

Ha sido por ello que "... la adopción del deporte por los medios, las características de las nuevas organizaciones deportivas y la aparición de diversos patrocinadores, sean los factores que modificaron sustancialmente el rol del deporte y los medios de comunicación en la sociedad..."⁸

Quizá por ello, publicidad, comercialización, ganancia y rating se unen construyendo alianzas cada vez más sólidas, cuya finalidad palpable anteponga los intereses económicos a la información generada por el ámbito deportivo.

⁸ Lecturas: Educación Física y Deportes. Revista Digital. <http://www.efdeportes.com>. 11 de marzo de 2002.

Adaptado de primera instancia, transformado según las épocas en las que se ha venido manifestando, hoy explotado, preso y agobiado por lo que es y lo que debería ser, casi aniquilado, pero consolidado como denominador de toda una gama de estereotipos, como creador de mitos, como todo y a la vez como lo que ciertamente fuera llamado periodismo deportivo.

Y es que si a alguien debe atribuírsele el nacimiento del show deportivo, es a la publicidad, quien a través de poderosas compañías y casas comerciales conquistó a la industria televisiva, hecho que de inmediato reflejaría la aceptación de las multitudes, quienes de manera radical contribuirían al rezago de la radiodifusión y los medios impresos.

Porque fue así como se dio paso al "modo de vida deportivo", conducta que poco a poco fue arraigada por la mayoría y que de manera inminente retrató a una sociedad para la que el usar artículos de marcas mundial y deportivamente conocidas se convertía en una necesidad comercialmente a satisfacer.

De ahí que en palabras de la reportera deportiva Iracema Campos: "...la existencia de un considerable número de personas que conviven de manera enajenante con el mundo deportivo, cada vez tiende a expandirse en la sociedad, gracias a la facilidad con la que el hombre imita y adapta comportamientos, modas o simples tendencias..."⁹

Así, personalidad, belleza, fuerza y honestidad se convirtieron en sinónimo de la imagen deportiva, en clichés que rápidamente se incorporaron a los medios de comunicación intentando sacar ventaja del show publicitario-deportivo.

No cabe duda al mencionar que ahora la publicidad es la base del periodismo deportivo, sin importar el medio en que se esté manifestando, pues ni el lenguaje utilizado en los contenidos deportivos, llámense programas televisivos, radiofónicos o información impresa, ha logrado escapar al modo de vida deportivo que lo ha llevado a adoptar palabras, frases o clichés que de forma rimbombante, alegre y rítmica, logran captar la atención de más y más sectores sociales que se identifican con su ligereza y amenidad.

Por ello, extraño no debería de parecer que el hombre quedara automáticamente al servicio del ámbito deportivo cuando su propia industria, el híbrido formado por el periodismo, el deporte y la publicidad, el "show deportivo" se convierte en alienador y en lugar de estar al servicio del hombre se sirve de él.

Si se pensaba que las repercusiones causadas al ámbito periodístico deportivo gracias a la llegada de la publicidad habían terminado, necesario es

⁹ Entrevista efectuada a Iracema Campos, reportera del periódico *Ovaciones*. 12 de enero de 2002.

hacer notar los factores económicos desencadenados una vez que la consolidación del "show deportivo" se arraigó en gran parte de la sociedad.

De hecho, por su característica de espectáculo de masas, el deporte dio margen a una inmensa explotación económica, sobre todo en lo referente a los "monstruos deportivos" - los juegos de fútbol, béisbol y básquetbol - donde gracias a la comercialización y difusión con la que operan los mass media, se obtienen notables incrementos en cuanto a las ganancias. Por si fuera poco, la venta y promoción de imágenes deportivas ha brindado jugosos beneficios a todo aquel que participa de las famosas estrategias de mercadotecnia.



Publicidad y Deporte: El cuerpo en venta

Tácticas, fórmulas, simples estrategias que hacen necesaria e imprescindible la inversión de considerables cantidades económicas que permitan saciar las continuas exigencias de los espectadores y de los deportistas, quienes en su afán de competencia deportiva, lo mantienen en vigencia, acaparando a los medios de comunicación, quienes en busca de las codiciadas primicias, ceden espacios y ofrecen grandes beneficios al por mayor.

Pero, ¿puede considerarse a la publicidad como la única responsable del surgimiento del show deportivo-económico? Difícil aseverarlo. Sin embargo es conveniente cuestionar el papel que el hombre ha asumido frente a la moda publicitaria; porque si bien los medios de comunicación han sabido explotar de manera inminente a la industria deportiva, también es cierto que el hombre no ha hecho nada por sacudirse la enajenación que éstos le han creado.

De ahí que "...el deporte a través del periodismo y la publicidad pasara de largo las tres funciones para las que fue diseñado: el descanso, la diversión y el desarrollo social de todos aquellos que de una u otra forma llegan a practicarlo..."¹⁰

Hoy, sin miedo a caer en errores e incluso en contradicciones, se puede hablar de un periodismo al servicio de la publicidad, de un periodismo que le ha cedido gran parte de sus espacios informativos a los escándalos, al nacimiento de nuevos ídolos, a la presentación de tal o cual marca publicitaria, al estira y afloja de la comercialización.

No obstante, cabe mencionar que el sensacionalismo rápidamente cobró sus primeros triunfos tanto en la radio, como en la prensa y la televisión, siendo esta

¹⁰ García Ferrando, Manuel. *Aspectos Sociales del Deporte (Una reflexión sociológica)*. 1990, pág. 83.

última la que oportunamente se aprovechó de las masas enajenadas para hacer del deporte y el periodismo un espectáculo comercial-publicitario.

Porque tanto sensacionalismo deportivo como la industria televisiva adoptaron como ideología la violencia, el rating y la presentación de imágenes femeninas sensuales y atractivas, que para deleite de los aficionados se convierten en el atractivo que de una u otra forma complementa al show que gira en torno al deporte y la comercialización.

Sin embargo, es necesario señalar que es la televisión el medio que con mayor incidencia y propagación ha dado margen a la promoción de un sentimiento altamente cargado de connotaciones violentas, que en más de una ocasión han tendido a disfrazarse y maquillar sus intereses particulares.

Ahora que en cuanto a las imágenes que normalmente acompañan o enmarcan a los contenidos deportivos, evidente es que basan su proyección en la necesidad de satisfacer y agrandar al público lo más directamente posible, así que no es de extrañarse que al hojear las páginas deportivas sean imágenes publicitarias las que acompañen, promocionen al periodismo deportivo.

En situación un tanto parecida se encuentra el papel que ha venido desempeñando la televisión, pues al ser portadora de la imagen publicitaria, logra dar mayor realce al efecto de enajenación que ejerce sobre los televidentes.

Es sorprendente el ritmo con el cual el periodismo deportivo ha evolucionado, sobre todo cuando se revisa cómo ha estado supeditado siempre de una u otra forma a varias estructuras, que si bien es cierto lo han ayudado a convertirse en todo un fenómeno mundial, también lo han llevado a caer en más de una ocasión en diferentes vicios de entre los cuales se pueden destacar: la presencia y abuso de las estrategias publicitarias, la utilización en repetidas ocasiones de estereotipos que puedan contribuir a la obtención de una mejor ganancia económica, pero quizá lo más significativo sea el hecho de transformar a esta especialización deportiva en un campo de explotación y sensacionalismo.

No se puede aún y con todos los elementos anteriormente mencionados, afirmar que sea nula la práctica de un periodismo deportivo, tampoco es cierto que de los tres medios de comunicación a los cuales se ha hecho alusión en repetidas ocasiones, exista uno que pueda asegurar un manejo totalmente apegado a las técnicas periodísticas. De hecho, se puede decir que lo demandado por el público corresponde a lo que ha tenido a bien denominarse como "show deportivo".

Evolución en las formas de pensar, adaptación de la información a una nueva forma de vida o mera estrategia publicitaria; lo cierto es que son los medios de comunicación los que en su mayoría han contribuido a nulificar la presencia de

la práctica periodística deportiva a cambio de exaltar cada uno de los hilos que ha entretreído basado en la publicidad y el sensacionalismo.

ELLOS, NOSOTRAS O CUALQUIERA: UNA LUCHA DE ANTAÑO

No es necesario negar la realidad de otros para afirmar la propia.

ANNE WILSON SHAEF

Dueños del mismo mundo, protagonistas de una historia en común: el sometimiento del débil por el fuerte; mezcla de significados, posiciones que se asumen, se transforman y al final simplemente quedan ahí, conceptualizados como hombres y mujeres que viven, sueñan, luchan, que compiten por triunfar unos sobre otros.

Una lucha que ha existido desde siempre, desde que se nace y se lleva a cuestas la etiqueta de superioridad o inferioridad, desde que social y tradicionalmente el mundo fue dividido en "ellos" y "ellas", en limitaciones para unos y libertades para otros, en la constante rebelión de la mujer por ser considerada como igual no sólo ante el sector masculino, ni ante la sociedad, sino ante ella misma.

Es verdad que entre mujer y hombre existen aspectos que los diferencian uno del otro, es evidente que cada uno tiene un modo de vida previamente diseñado y asignado, pero no por ello tiene que ser la mujer la que "por mayoría de votos" sea calificada como diferente.

¿Diferente de qué o de quién? De una cultura, de un modo de vida, de una anatomía, de una fuerza llamada hombre, de un sistema autoritario.

Un sistema machista, un régimen de vida donde el poder y la influencia son detentados por los hombres, quienes controlan casi todos los aspectos de nuestra sociedad, "...hombres que hacen nuestras leyes, dirigen nuestra economía, fijan

nuestros salarios, deciden qué es el conocimiento y cómo debe enseñarse..."¹¹ hombres que afirman la existencia de una barrera entre ellos, su mundo y las mujeres.

No obstante, culpar o señalar al sistema machista como único responsable de la marginación femenina es caer en tendencias extremistas, porque necesario se hace recordar que pertenecemos a una sociedad en la que política, económica y teológicamente se educa al hombre para mandar y a la mujer para vivir al margen de éste, de ahí entonces que como menciona Anne Wilson Shaef en su obra *La mujer en un mundo masculino*, la idea de nacer como ser inferior y dependiente sea arraigada en algunas ocasiones en el sector femenino a pesar de que poco a poco la mujer ha ido ganando independencia frente a la imagen masculina.

Sin lugar a dudas, es la sociedad -llámense hombres, mujeres, niños y ancianos- la que etiqueta y da margen a la construcción de prejuicios en contra o a favor de uno y otros, de ahí que la periodista Mercedes Charles haya mencionado que "...es curioso que actualmente en nuestro país exista un estereotipo predominantemente negativo sobre los roles femeninos, pues se habla de la mujer como madre de familia, esposa o ama de casa, pero nunca o casi nunca se le reconoce como trabajadora..."¹²

Es innegable la existencia de la mujer dentro de la sociedad, sin embargo, no puede hablarse de un panorama equilibrado, mucho menos igualitario; la evidente desventaja con que la mujer tiene a bien desarrollarse no sólo deja en claro su condición de dependencia, sino consolida la incompreensión entre el hombre y la mujer, entre el nacimiento y propagación de mitos que generación tras generación sustentan una lucha comúnmente llamada "guerra de sexos".

Al respecto, Elena Poniatowska, escritora y colaboradora de la revista *Fem* (publicación mensual), comenta en el artículo *Los rumbos del feminismo en México*, que dentro de la esfera feminista existen los mitos, mecanismos que estereotipan y marcan a la mujer; toda vez que éstos adquieren la característica de ser incuestionables, pues se llevan a la práctica casi en su totalidad.

Y es que hablando de mitos, ¿quién o cómo puede cuestionárseles?, si cuando el hombre dice que las mujeres son débiles, éstas se comportan como tales, si cuando no se es superior, se tiene que ser inferior, si se vive día con día fracturando la relación entre hombres y mujeres.

¹¹ Wilson Shaef, Anne, *La mujer en un mundo masculino*, 1990, pág. 33.

¹² Entrevista realizada a la periodista Mercedes Charles en "*Feminismo y Medios de comunicación*", Revista *Fem*, agosto 1999, pág.7.

Porque como menciona la reconocida periodista Mercedes Charles, los mitos y prejuicios persisten en nuestra sociedad, sin embargo, es innegable que se han abierto muchos espacios que con mayor tolerancia acogen a mujeres que despiertan del enigmático sueño del sometimiento. Sin embargo, aún es generalizado un pensamiento bastante tradicional que subleva a la mujer sin tomarse la molestia de entenderla.

De alguna manera, los prejuicios persisten en la mayoría de los hombres e incluso en las mismas mujeres, quienes tras haber vivido gran parte de su existencia apegadas al mundo masculino, se sienten incapaces de enfrentar a la par las tareas y responsabilidades que implica vivir y subsistir en el mundo real, un mundo donde "ellos" y "ellas" existen, pero de ninguna manera excluye por el simple hecho de ser y pensar diferente.

Caso contrario es el que se vive actualmente en nuestra sociedad, porque mientras el hombre sigue gozando su libre albedrío, es la mujer la que todavía en pie de lucha recorre y explora nuevos caminos con miras a ser tomada en cuenta no sólo por ciertos sectores, sino por todo ese gran núcleo humano llamado sociedad.

Porque como menciona Eli Bartra, profesora especializada en Estudios de la Mujer en la Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco: "...para que la mujer sea tomada en cuenta, evidente es que necesita tener barba, bigotes o vellos en las piernas, porque de otra forma hay que entrarle duro al juego del acoso, de la marginación y de las limitaciones que normalmente suelen ser aniquiladoras..."¹³

Pero tampoco debe olvidarse que existe un nutrido número de mujeres que encajan perfectamente con la imagen que se ha creado en torno a su mundo y sus ideales, aquellas mujeres cuyo tema de conversación gira en torno a las notas de sociales, a la moda y la belleza o a los hijos y el hogar, mujeres que al aceptar el papel para el cual están capacitadas, contribuyen a que en más de una ocasión sea su imagen la que selle el rol y las capacidades femeninas.

El encuentro de dos mundos, el choque de dos ideologías, encuentros que diariamente tienden a librarse entre dos seres, uno acostumbrado por naturaleza a no compartir y otro a atacar quizá para poseerlo, quizá para no compartirlo.

¹³ Entrevista efectuada a Eli Bartra, profesora especializada en Estudios de la Mujer, UAM Xochimilco, 18 de junio de 2002.

Una situación que crece sin freno alguno, al principio sólo era en el campo social, después conquistó las áreas laborales, ahora la "guerra de sexos" se refleja claramente en el área educativa, donde desde los estudiantes más pequeños hasta los universitarios, luchan por conquistarse unos contra otros.

Así, común se hace que tanto hombres como mujeres se encuentren previamente etiquetados por la sociedad, pues es ésta la que atribuye al hombre la superioridad, fuerza y frialdad para conducirse en la vida; mientras que es la mujer la que recibe caracteres de debilidad, sentimentalismo e inferioridad, elementos que dan margen a la conformación de posturas que sitúan al hombre como la cabeza de la industria laboral, en tanto que para la mujer queda a la mano la industria del trabajo - hogar.

Alrededor de mujer y hombre giran cientos, miles -incluso sin temor a caer en errores- millones de pros y contras, de argumentos que polemizan conversaciones y situaciones en las que predomina el estira y afloja de la razón. Lo cierto es que por más que se argumente, y muy a pesar de la pasión que se pueda sentir por una u otra postura, siempre, absolutamente siempre quedará latente la pugna por hacer valer los derechos e ideas de cada uno, ya sea el hombre o la mujer; porque por derecho natural y tradicional ninguno está dispuesto a ceder parte de su intimidad.

Una lucha de antaño, una cerrazón de espacios, quizá miedo a penetrar en mundos ajenos pero afines al mismo tiempo, quizá miedo a perder eso que nos acerca y al mismo tiempo nos aleja: la magia de ser seres tan diferentes y complementarse, pues a final de cuentas y sin rodeos "ellos" necesitan de nosotras y "nosotras" de ellos.

No se trata de crear un mundo en el cual reine la igualdad, porque muy a pesar de los discursos liberales, hombre y mujer están previamente definidos, simplemente se trata de ganar algunas veces y saber perder en otras, de saber mandar y aceptar ser mandados, de aprender que por más divisiones que existan, todos somos parte de todo.

ROMPIENDO LA FRONTERA SEXUAL: MUJERES, UN INTEGRANTE MÁS DEL ÁMBITO DEPORTIVO

Las mujeres en el deporte son hoy en día una realidad y una anomalía social. Realidad porque es incuestionable su presencia pero anomalía porque los estereotipos sexistas todavía siguen vigentes.

HARRIS

Está dicho que mujer y deporte son totalmente diferentes, que son como agua y aceite, que uno y otro pueden convivir siempre y cuando mantengan sus respectivas distancias y por ningún motivo lleguen a mezclarse.

También está dicho que el mundo deportivo es sinónimo de adrenalina, fuerza, resistencia y pasión. En conclusión, que deporte y hombre se complementan formando un vínculo tan estrecho que difícilmente podría ser invadido por los dotes femeninos.

Lo que no había quedado en claro era que el deporte pronto se convertiría en uno de los campos a explorar por las mujeres, en un reto más en el que quizá su presencia e incursión costaría el doble de lo que las llevó a conquistar espacios y reconocimiento.

Hoy, a más de cincuenta años de que la mujer mexicana iniciara su participación en el mundo deportivo, el panorama todavía es desfavorecedor, pues datos arrojados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) durante 1999 revelan que "...de 58, 373, 032 mexicanos, sólo el 15.2 por ciento se ve involucrado en alguna actividad deportiva. De estos últimos, sólo el 27.1 por ciento son mujeres..."¹⁴

¹⁴ INEGI, encuesta anual 1998 - 1999, ediciones INEGI, pág. 45.

Para ejemplo, el barón Pierre de Coubertin, célebre impulsor de las Olimpiadas modernas, quien en varias ocasiones mencionó que la presencia de las mujeres en los estadios resultaba antiestética, poco interesante e incorrecta, excepto para la función que les correspondía: "coronar al vencedor con las guirnaldas del triunfo".

Este fue el nacimiento de una concepción que rápidamente asoció a la mujer con una imagen-objeto, estereotipo que antepuso el aspecto decorativo al conocimiento y la vocación.

Es evidente que a lo largo de los siglos, prejuicios y falsas concepciones han limitado la participación de las mujeres en la práctica deportiva. Sus orígenes, una tradición cultural basada en la sociedad griega, lugar donde nacieran los Juegos Olímpicos "...en donde la mitología dominante asignaba a los dioses las cualidades masculinas de fuerza, vigor y actividad; mientras que las diosas eran dotadas con la belleza, la sexualidad y la pasividad..."¹⁵ una naturaleza machista que enfatiza las diferencias entre hombres y mujeres.



Revista Epsa. Mujeres Algasas.

Al respecto, la profesora Eli Bartra menciona que "... las prácticas ideológicas de antaño siguen arraigadas en nuestra cultura, prueba de ello es que a la mujer se le sigue calificando como diferente, inferior y dependiente del hombre, como pasiva y no agresiva, entonces lógico es que cuando experimenta la agresividad, menos femenina parece y es precisamente esto lo que hace cuestionar la incursión femenina en campos literalmente vinculados con la masculinidad, uno de ellos el deporte. Con estas acciones, la mujer no sólo intenta borrar el sexismo que existe en el deporte sino en todas aquellas disciplinas que minimizan el punto de vista femenino..."¹⁶

No obstante, la preocupación de la mujer por ganar espacios y reconocimiento ha trascendido en forma impresionante, pues en la búsqueda de opciones, estrategias y formas de igualdad laboral, el XIV Encuentro Nacional de Mujeres, realizado en la Ciudad de México durante febrero de 2001, centró gran parte de sus talleres en la relación de la mujer y el deporte, resultando ser la discriminación y los estereotipos femeninos los temas más polémicos y nutridos.

¹⁵ García Ferrando, Manuel. *Aspectos Sociales del Deporte*. 1990, pág. 168.

¹⁶ Entrevista efectuada a Eli Bartra, profesora especializada en Estudios de la Mujer. UAM Xochimilco, 18 de junio de 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Deportistas, dirigentes, periodistas, árbitros, entrenadoras y profesoras de educación física debatieron propuestas y acciones que las llevaran a ganar mayores espacios para el desarrollo de su formación profesional deportiva, sin embargo, "...la discriminación deportiva a últimas fechas se ha aplicado en forma hermética a periodistas y mujeres árbitros, quienes gracias a su labor profesional han ido conquistando mayores oportunidades, espacios que llegan a convertirse en obstáculos a vencer cuando los horarios y lugares para la práctica profesional les desfavorece, cuando el acceso a entrevistas y ofertas de trabajo se facilitan para los hombres, cuando en el intento de erradicar el mito de que el deporte masculiniza a la mujer; se crean campañas en su contra..."¹⁷

Una situación difícil y desequilibrada es precisamente lo que se vive al interior del vínculo deporte y medios de comunicación, pues cuestionable se hace el que sean precisamente estos últimos quienes otorguen en general un espacio menor a las mujeres que a los hombres dejando de lado la vocación, el talento y la capacidad de todas aquellas que simplemente se han quedado en el intento.

De ahí entonces que al deporte le hayan venido como anillo al dedo las políticas de los medios de comunicación, pues si de por sí el papel de la mujer estaba relegado, con la incursión de la práctica deportiva la situación todavía se agudizaría al por mayor.

Por ello, la socióloga Silvia Pérez Vitoria, en *Las mujeres y las tecnologías de la comunicación*,¹⁸ editado por la UNESCO, menciona que el lugar de las mujeres en los medios de comunicación se encuentra marginado principalmente por un sistema social y un razonamiento que asigna *a priori* su respectivo lugar a los dos sexos.

Un problema que enmarca los aspectos culturales y las diferencias sociales, económicas, políticas, religiosas y físicas que influyen en el lugar asignado a las mujeres tanto en el plano laboral como en el aspecto simbólico.

Sandra Becerril, reportera de la fuente deportiva en el diario Reforma, menciona que "...existe cierta incredulidad por parte de los medios, pues muchas veces no aceptan que sepas o que le tengas pasión al deporte, por eso la gente que te hace las entrevistas para ingresar a algún medio como que no te cree o como que pone en duda tu capacidad..."¹⁹

¹⁷ XIV Encuentro Nacional de Mujeres, Taller: Mujer y el Deporte, Conclusiones, <http://www.apuntesuniverios.com/siv/MujeryelDeporte/muj.htm>, 11 de marzo de 2002.

¹⁸ Cfr. Pérez Vitoria, Silvia, *Las mujeres y las tecnologías de la comunicación*, 1994, pag. 6.

¹⁹ Entrevista efectuada a Sandra Becerril, reportera deportiva en el periódico Reforma, 24 de julio de 2002.

No obstante, recuerda con precisión la primera vez que fue cuestionada su inclusión en los medios impresos, todo porque una mujer quería cubrir notas automovilísticas: "...lo primero que escuché por parte del editor fue un ¿cómo una mujer en autos?, nunca me lo habían dicho, lo primero que pensé fue que no me contrataría, yo contesté: ¿por qué no?, la respuesta fue mi contratación y el demostrar con mi trabajo que sí sabía..."²⁰

Un mundo en el que la mujer comienza a fungir como un integrante más, lejos de ser una imagen atractiva o estética. Todavía falta mucho por hacer, pues mientras la mentalidad machista, sexista y discriminatoria que aún profesan ciertos sectores de la sociedad siga latente, evidente será que a la mujer le seguirá costando el doble llegar a sitios que la favorezcan.

Heriberto Murrieta, comentarista deportivo, argumenta que "...no sé si el periodismo deportivo sea únicamente para los hombres, pero a lo mejor no hay suficientes mujeres periodistas o no las ha habido hasta el momento con la capacidad para superar a los hombres. Yo creo que la mujer tiene capacidad para el deporte y muchas otras cosas, creo que merece espacios importantes, pero a lo mejor no han existido las oportunidades o tal vez ellas no han surgido en gran cantidad como para empezar a abarcar estos medios más que los hombres..."²¹

Duplicidad de pensamiento o quizá el resultado de una tradición milenaria, lo cierto es que concepciones como el que las mujeres no están interesadas en el deporte y cuando lo llegan a hacer no lo hacen bien como para ser tomadas en serio, persiste en diversos medios de comunicación, aunque ya no con tanto ahínco, pues haciendo alarde de su conocimiento, capacidad, trabajo y entrega han abierto la brecha hacia el desarrollo del periodismo deportivo.

La barrera sexual e ideológica no ha desaparecido, pero si ha comenzado a ser ignorada. Nunca faltarán los comentarios, las insinuaciones y el rechazo, pero una cosa sí es segura, entre deporte y mujer comienza a tejerse una historia en la cual se comparte agresividad, liderazgo, tenacidad, ambición, originalidad, competitividad, resistencia, independencia y objetividad con un solo fin: hablar y dar de qué hablar al periodismo deportivo.

Hoy se integra la mujer al ámbito deportivo no solamente en el campo periodístico sino en las diferentes ramas que convergen a su alrededor, ejemplos como el de Laura Serrano (boxeo), Soraya Jiménez (halterofilia), la selección de fútbol femenino, Rosario Herrera y María del Socorro Rodríguez ("árbitros" en partidos de fútbol), Elsa Ávila de Carsolio y Karla Weelock (alpinismo), Belén Guerrero y Nancy Contreras (ciclismo); Erika Reyes y Marisol Bretón (arquerías).

²⁰ Idem.

²¹ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.



Ana Guevara, Alemania 2002

Denisse López y Brenda Magaña (gimsasia), María José Alcalá (clavados), Ana Gabriela Guevara (velocista), Graciela Mendoza (marchista), Rocío Arias y Diana Salinas (pentatlón), Esther Aparicio, Guadalupe Román y Dolores Palencia (Skymaratón).

Alicia Pineda, Yolanda Bueno Benet, Alma Rosa Conde, Rosalinda Coronado, Sara Lovera, Verónica Carbajal Sánchez, Aurora Serrano, Alejandra Benítez, Georgina González, Iracema Campos, Sandra Becerril, Beatriz Pereyra, Beatriz Vázquez, Gabriela Fernández de Lara (periodistas deportivas), entre otras muchas, son dignas de mencionarse toda vez que gracias a la pasión, perseverancia y entrega que imprimieron a su trabajo, rompieron la barrera sexual y pasaron a formar parte del ámbito deportivo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

¿MUJERES Y DEPORTE?... DIFÍCIL PERO NO IMPOSIBLE?

Tal vez dentro de algún tiempo, habrá otras jóvenes que siguiendo nuestro camino, se lancen al difícil camino del periodismo, afrontando todas las espinas que en él se encuentran.

LAS HIJAS DEL ANÁHUAC
1873

Algunas por convicción, otras gracias a las circunstancias, quizá unas más por hacer en la regla la excepción; lo cierto es que luego de experimentar y descubrir caminos, la mujer se atreve, rompe esquemas e incursiona en áreas inimaginables, una de ellas el periodismo deportivo.

El deporte es una fuente periodística que pese a la notable presencia masculina, poco a poco ha generado mayores espacios y oportunidades como respuesta a lo demandado por el sector femenino.

De ahí entonces el comienzo de un constante "estira y afloja" entre hombres y mujeres; los primeros evidenciando su predominio laboral, las segundas intentando practicar al igual que sus compañeros la esencia del periodismo deportivo.

Una tarea difícil pero no imposible, porque afortunadamente han existido mujeres decididas a borrar con hechos tangibles el abismo existente entre mujer y deporte, entre una etiqueta de no conocer y un mundo hecho por y para hombres.

Porque con todo y obstáculos, falta de oportunidades, intimidaciones, negativas e interrogantes, la mujer está ahí, hablando de fútbol, cubriendo

automovilismo, futbol americano, ciclismo y béisbol, además de los tradicionales "deportes femeninos" -natación, atletismo, gimnasia y nado sincronizado- que en principio le fueron asignados.

El hecho no ha sido solamente demostrar igualdad con el "sexo fuerte", sino el hacer evidente la capacidad que posee la mujer para ser partícipe e incluso protagonista en campos, ámbitos o disciplinas sustentadas en su mayoría por hombres. El verdadero objetivo es dejar en claro que el deporte ya no les es ajeno.

Ante ello, Elvira Hernández Carballido, colaboradora de la revista *Fem*, menciona en el artículo titulado *Las mujeres periodistas en México a finales de milenio*, que el ser una protagonista más del periodismo, costó a la mujer en primer lugar dejar atrás la publicación de textos firmados por seudónimos con miras a ganar mayores espacios, a tener derecho a escribir en un periódico, a demostrar que podía perseguir la nota y redactarla, a dejar en claro de una vez por todas que puede ser periodista en toda la extensión de la palabra.

Sin embargo, la llegada del deporte al periodismo nuevamente colocó a la mujer en desventaja, porque entre que esta actividad correspondía "casi por completo" a los hombres y la postura adoptada por los medios de comunicación con relación a la participación femenina en este ámbito, lógico resultó que la búsqueda de la nota deportiva se les dificultara en principio.

Alejandra Benítez, periodista y editora deportiva comenta al respecto que "...salir a buscar la nota no es fácil, no te lo ponen tan sencillo como en otras fuentes donde sabes que ahí está el boletín. Cuando llegas a un entrenamiento o cualquier evento a buscar la nota, debes de estar preparada al doble que tus compañeros para sacarle jugo, pues la competencia aunque no es tan evidente, de alguna u otra forma termina saliendo a flote..."²²

Para Georgina González, conductora de *Adicción Deportiva*, "... el que hoy en día un considerable número de mujeres esté cubriendo la fuente deportiva no es sinónimo de haber sido una cosa fácil, porque desde siempre a las mujeres nos ha costado un poquito más de trabajo no sólo el conseguir la nota, sino el hacer igual de válida nuestra opinión, aunque actualmente esta tendencia ha comenzado a desaparecer tanto en los medios como en los personajes que protagonizan el periodismo deportivo..."²³

²² Entrevista efectuada a Alejandra Benítez, periodista y editora deportiva en el periódico *Reforma*, 6 de agosto de 2002.

²³ Entrevista efectuada a Georgina González, locutora del programa *Adicción Deportiva*, Estadio 590 A.M., 14 de agosto de 2002.

Está visto que hoy la participación femenina en el periodismo deportivo si no resulta ser del todo bien acogida por los medios de comunicación, sí está marcando cambios significativos que difieren de las condiciones en las que hace veinte años la mujer inició en la profesión reporteril.

Prueba de ello es la evolución que han demostrado tener los medios en cuanto a la concepción de la capacidad que tiene la mujer para enfrentar y desempeñarse en fuentes de trabajo tradicionalmente destinadas a los hombres.

Sin embargo, pese a esta apertura hay un "techo de cristal" que sigue cuestionando la relación establecida entre el deporte y los dotes femeninos, aunque evidentemente no pasa por alto los aciertos y las contribuciones que se generan a través de su labor periodística.

Con relación a lo anterior, la periodista Sandra Becerril menciona que a pesar de que el área deportiva está conformada en su mayoría por hombres, ya no causa tanta especulación la presencia femenina, aunque todavía en algunos casos se sigue cuestionando su capacidad como reportera de esta fuente.

De acuerdo con el artículo *Reunión de periodistas en Nuevo León*, publicado por el suplemento mensual *Doblejornada* de enero de 1995, hasta hace cinco años sólo existía un reducido número de mujeres en las redacciones periodísticas encargadas de los espectáculos, la cultura o los eventos sociales. Actualmente éstas representan el 45 por ciento del personal que labora en las diferentes publicaciones del país.

Una cifra que no sólo retrata a la mujer en la lucha por mejorar su condición en los medios de comunicación masiva, sino afirma que las mujeres han accedido a cubrir fuentes como el deporte, la economía y las finanzas gracias a su capacidad profesional.

Porque al combinarse mujer y deporte, erróneo resulta pensar que sea ésta quien tenga que asumir posturas masculinas a la hora de ejercer su profesión, sólo para conseguir una mayor aceptación.

Sin embargo, como afirma la periodista Alejandra Benítez, hace algunos años, cuando iniciaba la participación femenina en la fuente deportiva, era frecuente que los medios e incluso los mismos eventos enfatizaran la adopción de una imagen masculina por parte de las reporteras, pues "...cuando yo empecé, los hombres entraban a los vestidores a hacer la entrevista y obviamente para ellos no había mayor problema. Para las mujeres era muy difícil porque muchas veces la nota se generaba adentro y tú como mujer no tenías acceso.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"Algunas veces ciertas personas más atrevidas se decidieron a entrar al igual que sus compañeros, pero tan incómodo era para los deportistas como para las mujeres, porque aunque entrabas a cubrir la nota, nunca faltaban los comentarios malintencionados de los colegas..."²⁴

No se trata de convertirse en hombres, tampoco de pedir que la apertura y aceptación sean sencillos, no, lo que cuenta es que la mujer se vuelva más propositiva y analítica en lugar de quejarse de su situación, pues sólo así el famoso "mundo deportivo masculino" dará la validez adecuada a la participación femenina.

Posturas que poco a poco han evolucionado no sólo a favor de todas aquellas que practican el periodismo deportivo, sino de quienes en aulas, en sueños, a través de libros y testimonios desean servir plenamente a esta fuente que antaño perteneció a la imagen masculina.

Para Jorge Gutiérrez, conductor del programa *Adicción Deportiva*, transmitido por *Estadio 590 A.M.*, el abismo existente entre mujer y deporte está dado únicamente por los medios de comunicación y quienes los dirigen, porque no cabe duda de la existencia de muchas mujeres que dominan diversas temáticas deportivas, sin embargo, todavía resulta absurdo que no se generen mayores oportunidades para las mismas.

No obstante, hasta hace tres décadas, el presagio que cientos de mujeres tenían dentro del periodismo hoy es una realidad, pues ya sea como correctoras de estilo, redactoras, articulistas, editoras, directoras, fotógrafas, columnistas o reporteras, su presencia es evidente y aunque cuestionada sigue dando de que hablar.

Al respecto, *Luz verde*, programa sabatino transmitido por canal 22 a las nueve de la noche, dedicó la emisión del 17 de agosto de 2002, al tema *Mujer y machismo*, en donde al hablar de la desigualdad laboral que enfrenta la mujer, se hizo referencia a su incursión en el periodismo, exaltando propiamente el papel que le ha tocado interpretar en campos como la política, las finanzas, el deporte y la economía.



Revista FEM. "Estudios de la mujer. 1999"

²⁴ Entrevista efectuada a Alejandra Benitez, periodista y editora deportiva en el periódico Reforma, 6 de agosto de 2002.

De ahí que al leer, observar y escuchar el trabajo de estas periodistas, todavía siga escuchándose el eco de una cultura machista que si bien ya no se manifiesta directamente, no deja de intimidarlas.

Así, acciones irónicas y comentarios satíricos que de vez en cuando se cubren de humor se convierten en una forma ligera y risible de cuestionar la labor femenina.

Aunque no siempre los cuestionamientos, las críticas y las reticencias provienen de los reporteros, de los directivos, de los hombres, también existe el llamado celo profesional entre las mujeres, sobre todo cuando después de haber conseguido abrirse camino en una fuente que de primera instancia les asignaba roles nada satisfactorios, se encuentran con reporteras a las cuales llega a facilitárseles el trabajo.

Georgina González, locutora y periodista deportiva, menciona al respecto: que "...curiosamente cuando te integras al trabajo deportivo tienes más reticencias de la parte femenina, porque como que te ven con cierto celo o competencia en el trabajo..."²⁵

A veces con aciertos y con fallas, esforzándose quizás al doble, conquistando en forma igualitaria su participación en la cobertura de la fuente deportiva, son mujeres capaces y dignas de ser consideradas como verdaderas periodistas deportivas.

²⁵ Entrevista efectuada a Georgina González, locutora del programa *Adicción Deportiva*, Estadio 590 A.M. 14 de agosto de 2002.

ENTRE LA VOCACIÓN, EL CONOCIMIENTO Y LA PUBLICIDAD

El periodismo deportivo requiere de excelentes periodistas, de verdaderas reporteras no adornos televisivos que apenas si saben leer las noticias.

FERNANDO MARCOS

Ingresar a la fuente deportiva fue quizá el mayor problema que enfrentaron, trabajar a la par con sus compañeros y ser tomadas en cuenta anteponiendo su capacidad a peculiaridades superfluas como la simpatía, el gusto, la publicidad e incluso la misma belleza, se convirtieron en el principal obstáculo a vencer por aquellas mujeres deseosas no sólo de incursionar en esta área, sino de ser consideradas como verdaderas periodistas deportivas.

Porque entre que se cuestiona su participación, el conocimiento y la entrega con que se desenvuelve en este campo, tanto medios de comunicación como intereses económico-publicitarios no sólo han tomado a la mujer como vínculo informativo sino que poco a poco, de manera perceptible pero bien acogida, procuran separarlas del debate, de la polémica, del comentario, de la esencia y significación que encierra el deporte a través de la labor periodística.

De ahí entonces que sentir pasión o gusto por el deporte no sea razón suficiente para tomar partido en una fuente que lejos de inclinarse por la capacidad y el dominio de las temáticas, favorece en variadas ocasiones la postura e intereses de los medios de comunicación gracias al importante papel que hoy en día juegan tanto publicidad como estrategias de mercadotecnia.

Una situación de la que tanto hombres como mujeres no han podido escapar, una nueva forma de abordar la problemática deportiva, en la cual son

precisamente estas últimas quienes ven modificado, desvirtuado e incluso afectado su desempeño profesional al dejar la persecución de la nota y el ejercicio periodístico por tareas y roles más sencillos que van desde la presentación o conducción de segmentos deportivos hasta la lectura de resumidas notas que de principio a fin afianzan la errónea idea de que la mujer no sabe ni entiende el mundo deportivo.

Pero, ¿cómo terminar con este tipo de ideas, cómo demostrar que cuando existe vocación y entrega no es necesario cuestionar si se es hombre o mujer?, "...si los medios de comunicación otorgan en general menor espacio a las mujeres que a los hombres y presentan estereotipos que cada vez guardan menos relación con la realidad que viven las mujeres..."²⁶, si cuando al hablar de la fuente deportiva la publicidad se antepone a la mujer sirviéndose de ella en ocasiones para incrementar el rating y posicionarse de lleno en los espacios que ofrece el periodismo deportivo.

No es que la presencia femenina en el área deportiva se esté perdiendo, por el contrario, cada vez son más las interesadas en cubrirla, lo alarmante es que de ellas pocas son las que se aferran quizá a una vocación, a un placer, a una convicción que de principio a fin es indiferente al boom publicitario, no así al reconocimiento por su propio mérito.

Es entonces ante esta situación que el papel de la periodista deportiva se ve contrapunteado por el conocimiento, la vocación y la publicidad; tres vertientes que como menciona Jorge Gutiérrez, locutor deportivo, difícilmente pueden manifestarse espontáneamente en una sola persona, porque normalmente es una de ellas la que predomina y marca la línea por la cual habrá de regirse el trabajo periodístico.

Ciertamente se hace más evidente esta situación en el sector femenino, un núcleo que con todo y el paso de los años, una supuesta apertura de criterios y la revolución femenina, no deja de ser blanco de cualquier cantidad de críticas, de ataques, de etiquetas; pero digno de mencionarse es el hecho de que también existen hombres que por el simple hecho de gozar de cierta fama o reputación protagonizan facetas y espacios deportivos.

Heriberto Murrieta, comentarista deportivo, menciona que: "...actualmente el ingreso al periodismo deportivo se rige por dos corrientes, una en la que se exige por parte del reportero el dominio completo del área que se esté cubriendo, la segunda basada en la popularidad del deporte, cuyo objetivo es plagar los espacios que ofrecen los medios mediante voces y presencias agradables para la audiencia. Obviamente la segunda opción es la que desvirtúa la labor periodística

²⁶ Pérez Vitoria, Silvia. *Las mujeres y las tecnologías de la comunicación*, 1994, pág. 11.

que en muchos casos se adapta sin mayor contratiempo al tan codiciado éxito publicitario...²⁷

Porque como se menciona en el artículo *Las mujeres periodistas en México a finales de milenio*, publicado por la revista *Fem* durante octubre de 1999, la presencia femenina ha tenido que luchar tenazmente para ganarse un sitio respetable en los medios electrónicos, toda vez que si bien en la prensa el recorrido ha sido un largo y sinuoso camino, radio y televisión no quedan atrás al asociarla con simples voces seductoras o rostros bonitos que nada tienen que ver con la práctica periodística.

Nuevamente las representaciones, que realizan los medios sobre las mujeres caen en imágenes preestablecidas que pretenden mostrar lo que son, pero también lo que deben ser de acuerdo a determinados estándares que, por lo general, nada tienen que ver con la realidad en la que éstas se desarrollan.

Bajo esta nueva conceptualización, la mujer aparece como el ser amable, atractivo y agradable que dentro de los contenidos deportivos hace las veces de gancho publicitario para las grandes masas, pero que sin lugar a dudas revela la apertura de esos espacios demandados por una equidad dentro de la fuente deportiva.

Lo cierto es que hoy la publicidad se ha apoderado por completo de la incursión de la mujer en el campo deportivo. El dominio y el gusto por esta fuente se convierte en lo de menos, pues como menciona la periodista Sandra Becerril, existen políticas dentro de los medios de comunicación que todavía asocian a la periodista con la estrategia perfecta para vender al por mayor los contenidos, aun cuando ésta ignore por completo lo que encierra el pleno ejercicio de la labor reportil.

Quizá el ejemplo más ilustrativo lo constituye la televisión, un medio que a través de las principales empresas refuerza esta conducta en un doble juego que inclina la balanza algunas veces hacia la apertura de una *Televisa* y por el otro promueve el hermetismo de una *Televisión Azteca* que a final de cuentas sólo viene a confirmar que la incursión del gremio femenino todavía causa ámpula y expectación.

Ante ello, Heriberto Murrieta comenta "...una vieja práctica de Televisa en cuanto a la incursión de la mujer en espacios deportivos consiste en poner a hablar a mujeres que por estar guapas, tener cierta facilidad de palabra o una buena imagen creen que en verdad la van a hacer, aun cuando ignoren todo lo

²⁷ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.

relacionado con el tema, esto es una estupidez que la empresa ha cometido toda su vida y sin embargo lo sigue llevando a la práctica..."²⁸

Políticas de una empresa que se basan en la imagen, en lo vendible, en lo redituable, pasando por alto el talento de mujeres que realmente se han preocupado a fondo por triunfar y conseguir el reconocimiento de sus compañeros.

Para Georgina González, locutora de *Adicción Deportiva*, "...en Televisa es casi nula la percepción de talento deportivo, pues normalmente hay chicas que por el simple hecho de estar bonitas se ganan el derecho de aparecer en un programa, sin embargo a los dos o tres meses se convierten en actrices o conductoras de otra cosa, menos de deportes.

"Esto es el gancho publicitario que manejan: poner a una chica guapa que aunque no le guste el deporte y no sepa nada del tema, ayude a incrementar tanto el rating como el número de patrocinadores y las ganancias económicas..."²⁹



Deporte y Publicidad. El cuerpo en venta

Un panorama que desafortunadamente es aceptado y, peor aún, practicado; un espectáculo que causa escozor entre todas aquellas verdaderas periodistas deportivas, que sienten la necesidad de reclamar, cuestionar, criticar a través de sus voces el porqué de este desprestigio.

Al respecto, la editora de *Señor Futbol*, Alejandra Benítez, argumenta que es una falta de respeto total y absoluta escalar una posición anteponiendo una cara bonita, porque finalmente así nunca se trasciende en el periodismo "...este tipo de mujeres jamás trae consigo una buena entrevista o una exclusiva. Me parece que en la mayoría de los casos, son mujeres que van a un evento a lucirse y no a conseguir la nota. Esto es una rotunda falta de respeto para las que de alguna manera estamos preparadas y ejercemos dignamente..."³⁰

Rosalinda Coronado, destacada periodista en el diario Esto y ABC Radio, comenta que "... una buena figura o un bonito rostro pocas veces te reditúan el verdadero éxito y reconocimiento que implica cubrir la fuente deportiva, porque un directivo o un atleta va a preferir hablar mil veces con una persona preparada, que sepa por dónde hay que abordar el tema a tener una conversación con alguien que

²⁸ Idem.

²⁹ Entrevista efectuada a Georgina González, locutora del programa *Adicción Deportiva*, Estadio 590 A.M. 14 de agosto de 2002.

³⁰ Entrevista efectuada a Alejandra Benítez, periodista y editora deportiva en el periódico *Reforma*, 6 de agosto de 2002.

no entiende absolutamente nada de lo sucedido o vagamente tiene idea de lo que va a hacer...³¹

Nuevamente el ejercicio periodístico encarando a la industria publicitaria, al mundo de las imágenes que si fabricadas o no, ocupan valiosos espacios dentro de los medios de comunicación.

Un claro ejemplo de ello, quizá por su popularidad o tal vez por el tratamiento que la industria televisiva creó a su alrededor, es el de Jacqueline Bracamontes, quien luego de haber conquistado el título de *Nuestra Belleza México 2000*, rápidamente accedió al mundo deportivo, especializándose en el área futbolística, razón obvia al ser ésta hija de Jesús Bracamontes, ex director técnico del Guadalajara.

Belleza, vocación o prestigio adquirido por ser "hija de...", por colocarse como personaje público y ser, por decirlo de algún modo, representante de la imagen femenina; lo cierto es que tanto Jacqueline Bracamontes como su función, desempeño y dominio en el campo deportivo, dejan mucho que desear al reflejar en la pantalla chica un periodismo de información vacía.



Carpeta Fotográfica. Internet

Las reacciones y críticas no han cesado, sobre todo aquellas que se proclaman a favor de la verdadera labor periodística femenina, porque como expone Sandra Becerril, al parecer la televisión es el lugar preferido para ver aparecer y desaparecer con mayor frecuencia a presentadoras de notas deportivas como Jacqueline Bracamontes quien "...al parecer no sabe hablar de otro tema más que futbol, quizá sea porque su papá está involucrado en ello, pero ése no es el verdadero problema, el conflicto se da a partir de que ni siquiera se toma la molestia de investigar, entrevistar o informarse y sin embargo se dice ser una profesional de la fuente deportiva..."³²

No obstante, el caso de la conductora Bracamontes no es el único que ha desencadenado revuelo entre la comunidad periodística, a ello hay que sumar también la participación de Carolina Menéndez, Silvia Lomelí y Sandra Contreras, quienes en su momento gozaron de fama tomando como pretexto la labor periodística.

³¹ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *Esto y ABC Radio*, 12 de agosto de 2002.

³² Entrevista efectuada a Sandra Becerril, reportera deportiva en el periódico *Reforma*, 24 de julio de 2002.

Una de ellas, Carolina Menéndez, conductora titular del espacio deportivo de *Nueva Visión*, noticiario transmitido por canal 4, quien menciona que "...no es fácil abrirte paso en el deporte porque a diferencia de lo que se piensa, el tener un físico agradable no asegura que los medios te brinden de buenas a primeras sus espacios. Es verdad que tratándose de la televisión, el contar con una buena presencia es casi un requisito porque diariamente das la cara al telespectador y lo último que éste espera es verte en fachas.

"Pero nuestro trabajo es igual de válido que el realizado por las periodistas de prensa y radio, aunque muchas veces se cree que sólo prestamos la voz para la lectura de notas y la verdad es que sólo cumplimos con las actividades que nos exige el medio en el que nos desarrollamos..."³³

Esta postura, más que ser aceptada, deja en claro el papel que la publicidad ha impreso a la mujer dentro de la industria televisiva, pero también evidencia cómo ésta se adaptó de la mejor manera a protagonizar en ocasiones espacios informativos que nada tienen que ver con la labor periodística.

Ante ello, Jacqueline Bracamontes menciona lo siguiente: "...yo puedo asegurarte que la preparación es el principal elemento que se necesita para obtener un sitio de reconocimiento en el mundo deportivo... lo demás, que si se fue reina de belleza o si el prestigio de un apellido ayuda, realmente sale sobrando.

"Muchas veces somos criticadas por los periodistas de otros medios, que si hacemos bien nuestro trabajo o si nada más leemos la información; yo creo que deben entender que nosotras damos la cara y, como en toda industria, al público se le debe de atraer de algún modo..."³⁴

Rápidamente, mujer y televisión se convirtieron en el mercado por excelencia para explotar al máximo la fuente deportiva, pues como menciona el artículo, *Reunión de periodistas en Nuevo León*, publicado por el suplemento *Doblejornada* durante agosto de 1995, son la prensa y la radiodifusión deportiva en donde la labor reporteril femenina se encuentra con mayor frecuencia separada del boom publicitario que exige la televisión.

Quizá por ser el medio de comunicación al cual se accede con mayor facilidad, tal vez por ser la vendedora más grande de ilusiones, lo cierto es que hoy en día aun con todo y el lugar que han ganado las mujeres dentro de la fuente deportiva, es la televisión la que permanece sin dar su brazo a torcer por

³³ Entrevista efectuada a Carolina Menéndez, conductora titular del espacio deportivo en *Nueva Visión*, 30 de julio de 2002.

³⁴ Entrevista efectuada a Jacqueline Bracamontes, ex conductora del espacio deportivo en *Visión A.M.*, 30 de julio de 2002.

completo, al seguir fabricando en torno a la mujer y el deporte una imagen vinculada con las expectativas que éstas llegan a tener en cuanto a su incursión y desarrollo dentro del periodismo deportivo.

Pero no han sido sólo los espacios informativos de la televisión los que reafirman la relación entre mujer y deporte, no, a ello hay que sumar conceptos como telenovelas, comerciales y programas de revista que más que impulsar la labor profesional de estas mujeres, retratan y refuerzan con ahínco cada una de las formas estereotipadas que la circundan.

Así, *El juego de la vida*, telenovela transmitida por *Televisa*, *Ráfaga NBA*, en *Televisión Azteca*, o la participación de Patricia Llaca, Jacqueline Bracamontes y Mara Almada en las transmisiones del Mundial de fútbol, demuestran una vez más que en una industria sólida y fuerte como ésta, lo importante no es conocer o entrar en polémica, sino gozar de cierta fama a través del juego publicitario. Claro que nunca está por demás ser poseedora de cierta belleza física que de paso ofrece con facilidad mayores ofertas de trabajo.

Entonces la vocación y el conocimiento que en principio dieron sentido al ejercicio periodístico se desvirtuaron para adaptarse a las formas publicitarias, a las estrategias económicas del show deportivo.

Una nueva forma de encarar al periodismo deportivo en la cual resultaron ser las mujeres las menos favorecidas, toda vez que lejos de ser consideradas como hacedoras de esta fuente, fueron catalogadas como imágenes agradables para la audiencia; situación que con todo y que éstas se han ganado un lugar representativo gracias a su trabajo y capacidad no deja de ser incómoda.

Hoy es innegable la presencia de la mujer en el ejercicio periodístico deportivo, pero tampoco puede pasarse por alto el que sea a ésta a la que con mayor frecuencia la publicidad, la mercadotecnia y los intereses de los medios de comunicación antepongan sus objetivos y metas por encima de la vocación, el conocimiento y la entrega que caracteriza a esta fuente.

DEPORTE CON VOZ DE MUJER

Quando el periodismo deportivo se convierte en tu verdadera pasión, lo de menos es detenerte a pensar en el género al que perteneces.

ROSALINDA CORONADO

Puede tratarse de un reportaje, una entrevista o una nota, a final de cuentas el género es lo que menos les interesa, sobre todo después del trabajo que les costó llegar a formar parte de la redacción y persecución de la nota deportiva.

Hoy, radio, televisión, prensa e incluso diversas páginas web, presumiblemente pueden decir que el deporte también se hace y se transmite desde la tribuna femenina.

Con esa chispa de malicia y astucia que caracteriza a la especie femenina, con el aplomo que implicó en su tiempo vencer una fortaleza deportiva sustentada tradicionalmente por el hombre.

Sin duda, todas estas mujeres, desde las pioneras hasta las futuras periodistas, se enamoraron del deporte, aprendiendo a lidiar una que otra vez con horarios inaccesibles, con prácticas y políticas poco favorecedoras, con una cerrazón por parte de los medios de comunicación que revelaba de primera instancia la nula participación de éstas como reporteras, protagonistas y hacedoras de la práctica periodística deportiva.

La trayectoria de cada una de ellas es un libro abierto a la lectura de infinidad de detalles que actualmente se traducen en la apertura de más y mayores oportunidades de trabajo, en el reconocimiento y validez al comentario, a la crítica, al cuestionamiento que genera el punto de vista femenino, a la obtención de protagonismos que realizan sueños y aspiraciones en las que los famosos "techos de cristal" dejan de crear obstáculos y frustraciones.

La mujer necesitaba difundir su igualdad y lo logró con hechos que poco a poco han contrarrestado los estereotipos que la etiquetan. La mujer tomó como pretexto su inclinación hacia el deporte y revolucionó la concepción que los medios de comunicación e incluso la sociedad en general tenían sobre ella y pese al correr de los años, sigue demostrando que cuando se propone hablar de deportes, argumenta, conoce, critica, pero sobre todo se apasiona por una profesión nada sencilla como lo es el área deportiva.

Porque como menciona Rosalinda Coronado, "...hace veinte años el que una mujer ingresara a cubrir la nota deportiva y su trabajo fuera reconocido, era todo un triunfo, te ponían muchas trabas sobre todo en cuanto al dominio del tema.

"Sin embargo, actualmente la situación ha cambiado, para las nuevas generaciones es un tanto más fácil ser aceptadas en el área deportiva, creo que de algún modo el trabajo que hicieron hace más de veinte años periodistas como Alicia Pineda, Verónica Carbajal o Aurora Serrano, por mencionar algunas, sirvió para demostrar que entre mujer y deporte el único abismo existente es el prejuicio que todavía en algunas ocasiones sale a relucir..."³⁵

Nombres que tienen en común el servicio al periodismo, conocimiento y vocación que las llevó a conocer de reglas y estatutos, de deportistas y disciplinas, de infinidad de trabajos que les han valido hacerse acreedoras a importantes trayectorias que hoy por hoy pesan en la fuente deportiva.

Tal es el caso de Alicia Pineda, con impresionantes cuarenta años de experiencia deportiva, toda una profesional lo mismo en la prensa que en la televisión, en donde tuvo a bien la conducción del noticiario *Nescafé* en Televisa. Concedora de la responsabilidad periodística, toda una institución a quien no en balde se ha llegado a considerar como digna representante de la incursión femenina en el mundo de la masculinidad, en el híbrido formado por deporte y periodismo.

Y qué decir de Aurora Serrano, egresada hace poco más de catorce años de la Universidad Nacional Autónoma de México, quien a través de diarios como el *Ovaciones* o el *UnomásUno* dejó en claro que la mujer también tenía, al igual que el hombre, la capacidad para cubrir deportes y retratarlos con la misma pasión que sus compañeros.

Un periodismo que ha visto desfilar por sus caminos infinidad de mujeres, de nombres que quizás han trascendido pero también han desfallecido ante las intimidaciones y las críticas.

³⁵ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *Esto y ABC Radio*, 12 de agosto de 2002

De periodistas como Yolanda Bueno Benet, quien haciendo uso de su extensa colaboración como reportera en radiodifusoras como *Radio 13 o el IMER*, ganó a pulso la conducción titular de *Podium 760* en ABC Radio y *Pista, campo y algo más*, en grupo ACIR; de la misma Rosalinda Coronado con poco más de veintisiete años de labor periodística, con cada uno de sus intentos por dignificar el papel de la mujer en las redacciones, por encarar de lleno una vejación de antaño que la elimina o la excluye.

Del sueño se pasó a la realidad: el periodismo deportivo se escucha, se lee, se plática y se narra a través de la voz femenina.

La labor estaba hecha pero no del todo, el tiempo se encargaría de ver nacer nuevos rostros y talentos encargados de continuar y consolidar por completo la adopción de la mujer por el mundo deportivo.

Georgina González, locutora deportiva, menciona que resulta ser todo un reto el continuar con la labor que hace poco más de veinte años iniciaran las mujeres dentro del periodismo deportivo, porque lejos de sentir preocupación por las comparaciones, es el no contar con la preparación necesaria lo que motiva para desempeñar satisfactoriamente esta tarea.

De ahí entonces que este tipo de concepciones sean arraigadas entre las nuevas generaciones, entre todas aquellas que ya trabajan en un medio, que todavía en las aulas sueñan con el éxito y el reconocimiento, entre quienes podemos citar a: Alejandra Benítez, Sandra Becerril, Iracema Campos, Gabriela Fernández de Lara, Georgina González, Beatriz Vázquez y Beatriz Pereyra. Demuestran que, aunque cuesta trabajo, sí es posible continuar abriendo la brecha para que más y más mujeres sean partícipes de la fiesta deportiva.

Al respecto, la socióloga Carmen Naranjo comenta en su obra *La mujer y el desarrollo de la cultura*, publicada por editorial Diana, que fue a partir de la década de los 70 cuando la mujer se interesó por participar de manera más activa y directa en las actividades deportivas, resultando ser el periodismo una de las áreas en las que con mayor problema ésta fue aceptada.

Aunque años más tarde comenzaría a gestarse la lucha por ganarse la mayor cantidad de espacios ofrecidos por los medios.

Entonces, la idea de un periodismo deportivo investigado y cubierto por mujeres, se hacía inimaginable, pero como menciona Beatriz Vázquez, reportera deportiva del programa *Adicción Deportiva*, transmitido por *Estadio 590 A.M.*, "... afortunadamente existieron mujeres que se prepararon a fondo para enfrentar con su trabajo a un periodismo machista casi en su totalidad, es a ellas a quien debemos el que actualmente podamos observar con más facilidad el trabajo

femenino no sólo en la prensa sino en industrias mucho más herméticas como la radio y la televisión, es por ellas que quienes nos desarrollamos en esta fuente, tenemos el deber de mantener el prestigio y el respeto que poco a poco ha ganado el deporte a través de la perspectiva femenina...³⁶

Aunque en mucho difieren las condiciones de trabajo que se ofrecen en la actualidad a las reporteras de la fuente deportiva, la constante sigue siendo la misma: el sello distintivo de esta clase de periodismo avalado por información confiable, objetiva y sobre todo alejada del trillado estilo que caracteriza el trabajo femenino en áreas periodísticas como el espectáculo y los eventos sociales.

La voz femenina, la desde siempre catalogada como débil, esa voz que intenta posicionarse en buena medida de cada una de las áreas laborales; un estilo, una tesitura, una presencia que explota al máximo cuando se complementa con la adrenalina y la pasión periodística.

Toda una responsabilidad con la que estas mujeres han tenido que lidiar pero no en forma negativa, porque desde que se decidieron por cubrir la nota deportiva su común denominador fue la preparación; característica que las colocó a la par con sus compañeros en tácticas, redacción y desenvoltura. Así pues, las mujeres que ingresan a este medio periodístico presumen en la mayoría de los casos de una carrera universitaria, que desde su formación hasta su desarrollo las mantiene prendidas de cada una de sus actitudes.

Quizás esa es la principal razón por la cual se ha aceptado con mayor naturalidad en los medios, porque como menciona Jorge Gutiérrez, "...siempre es diferente el enfoque que las compañeras periodistas tienen de tal o cual evento deportivo, tal vez porque se van más por el lado de la argumentación y las razones, mientras que a nosotros normalmente es la emoción, la adrenalina del encuentro la que nos hace hablar. Creo que en eso precisamente está el chiste de que exista un periodismo deportivo con toque femenino..."³⁷

No obstante, existen posturas, ideologías, políticas y esquemas de trabajo al interior de algunos medios de comunicación que ni siquiera se toman la molestia de considerar en su programación un espacio para la labor periodístico-deportiva de las mujeres, claro ejemplo el de la televisora del Ajusco, que en su principal barra deportiva *Los protagonistas*, llega a prescindir de ellas.

³⁶ Entrevista efectuada a Beatriz Vázquez, reportera deportiva del programa *Adicción Deportiva, Estadio 590 A.M.*, 22 de agosto de 2002.

³⁷ Entrevista efectuada a Jorge Gutiérrez, locutor del programa *Adicción Deportiva, Estadio 590 A.M.*, 14 de agosto de 2002.

No quiere decir que esta situación sea una constante, por el contrario, se trata de una excepción que se ha convertido en un reto a vencer, en un campo más a explorar con miras a la total aceptación de la imagen femenina.

Al respecto, la periodista Rosalinda Coronado afirma que de los principales medios de comunicación, es Televisión Azteca en donde las ideas y conceptos acerca de la mujer periodista no han terminado de evolucionar porque de manera perceptible el dominio del área deportiva sigue perteneciéndole a los hombres.



Revista FEM, "Estudios de la mujer, 1999".

Es fácil decir que el periodismo deportivo se escribe en buena medida a través de la labor femenina, pero nunca o casi nunca se contempla realmente el esfuerzo y el tiempo que se ha invertido para lograr su total aceptación, los triunfos, las derrotas, los excesos, las desventajas, el reconocimiento, en fin, todo lo que ha implicado para la mujer posicionarse en un campo cuya peculiaridad rebasa límites, barreras y fronteras.

Porque como menciona el artículo *Las mujeres periodistas en México a finales de milenio*, publicado por la revista *Fem* "...fue la popularidad que el deporte adoptó en los medios de comunicación lo que motivó a la mujer a incursionar en este campo, afianzando su deseo de servir activamente y dejar de ser tomada en cuenta solamente para protagonizar situaciones y trabajos de poca trascendencia".

¿Que si costó trabajo hacerse notar y conseguir uno que otro protagonismo en la fuente deportiva?, inminentemente la respuesta es sí, pero en nada se compara con el éxito de una realidad en la que la labor reporteril también es ejercida por la mujer.

Por una mujer que plasma lo que ve, investiga lo que hay detrás de una noticia, se sabe conectora del tema y canaliza su potencial a hacer un buen periodismo deportivo para afianzar la labor que treinta años atrás otras mujeres llamadas hoy "pioneras" construyeron en pro de su plena intervención en el ambiente formado por periodismo y deporte.

Sin lugar a dudas, la idea de que la mujer no sabe nada de deportes ha pasado a la historia, aunque de pronto gracias a actitudes, comportamientos y formas de proceder de algunas de ellas, se empaña su labor profesional.

Ciertamente suelen mostrarse las dos caras de la moneda: dos ambientes, situaciones y contextos en los cuales la periodista suele ejercer su profesión, a veces saliendo airoso, otras enfascando todavía más su posición en el deporte. Lo

cierto es que la voz y la presencia de la mujer está ahí, quizá en manos de unas cuantas que día con día contribuyen con su trabajo a la apertura de mayores oportunidades.

La lista de espera es grande, plagada de sueños, nombres e ilusiones que se tejen en las redacciones, en el mismo instante en que se cubre por primera vez un evento, en mantener vivo el interés y las ganas de informar aun cuando las jornadas sean pesadas y el ambiente desfavorable, porque cuando es el trabajo quien habla, el reconocimiento, aunque tarde, suele llegar.

Se habla de deporte a través de la voz femenina; como primer paso un logro sustancioso, pero se aspira a más: a que algún día la división sea olvidada y tanto hombres como mujeres actúen libremente a favor de la consolidación del periodismo deportivo.

LA DIFÍCIL TAREA DE IR TRAS LA NOTA DEPORTIVA SIENDO MUJER

Las mujeres no sólo se han atrevido a hacer periodismo deportivo sino han trascendido en él porque enfrentan y asumen al igual que sus compañeros todo lo que implica esta profesión.

ALEJANDRA BENÍTEZ

Tan difícil como cubrir el evento más importante del mundo político o financiero, con ventajas y desventajas que enfrentar a diario, con una historia deseosa de ser contada, así es el periodismo deportivo, una profesión en la que tanto hombres como mujeres se involucran al máximo con un solo objetivo: hacer vendible la información que investigan a lo largo de la búsqueda reporteril.

Una investigación sin horarios que de pronto suele tornarse un tanto desfavorecedora para la periodista deportiva; por todo aquello de que si es competente al dominar ciertas temáticas o que si se tiene la suficiente capacidad para protagonizar el debate, la crítica y los comentarios. Porque a pesar de que su presencia es un hecho, todavía giran a su alrededor trabas que van desde la indisposición de los entrevistados hasta la de los propios medios de comunicación.

Sin embargo, ahí están, unas veces más presentes que otras pero siempre evidenciando el sello característico del periodismo femenino: la investigación de los hechos más a fondo.

Nada les ha sido del todo fácil porque de algún modo han tenido que librar trabas, cuestionamientos, críticas y descalificaciones que al final suelen ser vencidas si no en su totalidad, por lo menos sí en gran medida.

Porque como se ha visto, si a la mujer le costó trabajo integrarse a las áreas dominadas por el hombre, su incursión en la fuente deportiva no sólo causaría

expectación, sino que daría margen al nacimiento de una polémica que en pleno siglo XXI no deja de ser ejercida.

Heriberto Murrieta, comenta en relación con lo anterior, que cubrir la fuente deportiva implica cierta dificultad, al igual que cualquier otra área, sobre todo por el compromiso que se tiene con el público y con la información; sin embargo, cuando se trata de que las mujeres sean quienes la cubran, las dificultades tienden a multiplicarse, porque se sigue creyendo que la presencia femenina en el campo deportivo no cumple en su totalidad con lo requerido por la audiencia e incluso por los medios de comunicación.

Iracema Campos comenta su experiencia como reportera deportiva "...lo más difícil que debes enfrentar en esta carrera es la negatividad de los entrevistados, pues a veces creen que las preguntas hechas por una mujer no tienen nada que ver con la temática a tratar y dan carpetazo al asunto, definitivamente no se valen estas acciones porque deberían entender que tú buscas algo más que indagar, redactar y presentar la información, tú le imprimes al trabajo tu propio estilo..."³⁸

Esta es una situación repetitiva que aun cuando han transcurrido poco más de treinta años no acaba por desaparecer. Este es un estilo característico del área deportiva que obstaculiza y dificulta la incursión femenina.

Porque cuando las primeras mujeres periodistas se lanzaron a la investigación deportiva, el acceso a fuentes directas y espacios de trabajo les era negado, pues el simple hecho de ser ellas las poseedoras de la información ya implicaba cierto rechazo en cuanto a la lectura y divulgación de su trabajo.

Hoy existen mujeres cubriendo automovilismo, fútbol, béisbol e incluso boxeo, es evidente que su desempeño habla de cierto renombre, pero como explica Alejandra Benítez, algunas veces cuesta un poco más hacer igual de válido el comentario o los argumentos que provienen de una mujer, resultado lógico de una práctica que sigue caracterizando a la imagen masculina como parte fundamental del campo deportivo.

No obstante, situaciones como la falta de conocimiento o el pretextar una inclinación deportiva han acentuado un tanto ya no el que se descalifique de primera instancia el punto de vista femenino, sino que éste sea objeto de constantes revisiones que al menor error ponen de manifiesto el desinterés y la incapacidad con que la mujer se enfrenta al periodismo deportivo.

Rosalinda Coronado habla al respecto "...hay mucha diferencia en cuanto a la aceptación de la mujer en esta fuente, hoy por igual ingresan a la conferencia, a

³⁸ Entrevista efectuada a Iracema Campos, reportera del periódico *Ovaciones*, 12 de enero de 2002.

la entrevista, al evento pero cuando intentas investigar más a fondo el hecho, nunca falta quien te adjudique posturas superficiales o faltas de ética profesional.

"Creo que calificar completamente a la cobertura deportiva femenina como una tarea difícil no se adecua en su totalidad al tiempo en que vivimos, porque evidentemente se han registrado cambios en cuanto a su incursión, sin embargo las críticas, las intimidaciones, principalmente para las novatas, y la falta de mayores espacios en los medios contribuyen a calificarla como una actividad un tanto complicada..."³⁹

Factores como la ambientación laboral, la planeación de horarios inaccesibles e incluso la competitividad establecida entre los integrantes del gremio periodístico deportivo, son algunos de los inconvenientes que diariamente tienden a ser librados de la mejor manera por las amantes de la adrenalina deportiva. Porque si bien es cierto que se convive cotidianamente con ellos, de pronto suelen causar pequeños disgustos que en grandes cantidades contribuyen a dificultar el desarrollo profesional de las periodistas.

Hablar de estos factores no significa generalizar, porque existen medios de comunicación de importante prestigio como *ABC Radio, Reforma, Ovaciones y Estadio 590 A.M.*, quienes en su afán por adecuarse al paso de los años, a las nuevas formas o quizá a la moda en turno, ofrecen ambientes laborales basados en el respeto, la igualdad y el éxito colectivo, características que presumiblemente avalan el trabajo periodístico proveniente del sector femenino.

Ciertamente se hace alusión a la parte positiva del ejercicio periodístico, pero no puede pasarse por alto el que haya organismos como *Detrás de la Noticia, Televisa y Televisión Azteca*, en los que de cierta forma la presencia masculina es quien determina y marca el rumbo por el cual habrá de desarrollarse el ambiente laboral.

Prueba de ello son los testimonios de Sandra Becerril y Gabriela Fernández de Lara, quienes respectivamente laboran en el diario *Reforma* y *Televisa*, dos empresas informativas que difieren en buena medida en la forma de abordar la incursión de la mujer en la fuente deportiva.

La primera en hablar, Sandra Becerril, comenta: "...a pesar de que hay muchísimos hombres, como mujer no corres el riesgo de ser rechazada por los compañeros porque el ambiente del periódico es propicio para que unos a otros nos echemos la mano sin prestar atención a que si se es hombre o mujer. Yo creo que por ser un periódico joven, eso es lo de menos porque el comentario o la

³⁹ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *ESTO* y *ABC Radio*, 12 de agosto de 2002.

nota, el editorial o la polémica son igual de válidos así vengan firmados por hombres o por mujeres.

"Creo que esto representa un avance significativo para todos los que intentamos abrir en su totalidad mayores oportunidades para las periodistas deportivas..."⁴⁰

Por su parte, Gabriela Fernández de Lara menciona: "...en el caso de *Televisa*, no es fácil la competencia, sobre todo cuando se habla de fútbol, porque es codearte con personajes como Raúl Orvañanos o Juan Dosal, entre otros; entonces, imagínate lo que implica compartir con ellos la narración de un partido, como que entre el nervio y el miedo a cometer algún error, es común que salgan a flote dos vertientes: el ponerte a la par con ellos o el dejarte intimidar..."⁴¹

De hecho, lo que señala esta periodista suele ser uno de los factores que con todo y la preparación que reflejan las reporteras deportivas, todavía se hace presente en ciertas ocasiones como resultado de que la mujer, acostumbrada desde siempre a los pequeños protagonismos, tenga en sus manos la oportunidad de trabajar a la par con las llamadas, quizá por su trayectoria o prestigio, "figuras del periodismo deportivo".

El hecho no es trabajar con estos personajes por temor a no dominar la temática que se aborde, el conflicto se crea a partir de que de manera inconsciente, como ha sido calificada, apenas si se le permita a la mujer emitir dos o tres opiniones que lejos de desatar polémica son utilizadas como puntos a favor o en contra de alguna de las posturas emitidas por parte de quienes intervienen en la escena deportiva.

Es verdad que la labor periodística de la mujer en el área deportiva ha dado y sigue dando de que hablar, sin embargo pocas veces se presta atención a todo lo que hay detrás de cada una de ellas, a sus trabajos y frustraciones, a lo que sacrifican en aras de demostrar que el deporte también sabe escribir su historia desde la tribuna femenina.

La tribuna de la información superficial, como algunos afirman, emotiva, plagada de color, de calificativos, carente de viveza y emoción, la tribuna femenina que no se vende ni es aceptada por gran parte de la sociedad masculina, pero que nota tras nota demuestra ser igual de importante que el trabajo de sus compañeros.

⁴⁰ Entrevista efectuada a Sandra Becerril, reportera deportiva en el periódico *Reforma*, 24 de julio de 2002.

⁴¹ Entrevista efectuada a Gabriela Fernández de Lara, conductora deportiva en el noticiario *A las tres*, 22 de agosto de 2002.

De ahí entonces que existan públicos que de primera instancia descalifiquen este trabajo sin conocerlo, sin tomarse la molestia de criticarlo, claro ejemplo de ello es el equipo de trabajo de la revista *Soccermania* o el de *Los protagonistas*, en donde ni por error suele incluirse a la labor periodística femenina.

Ideal resultaría conocer la postura de los integrantes y directores de estos medios informativos, la respuesta ha sido una negatividad y hermetismo rotundo ante el tema a tratar; no obstante, Enrique Garay, integrante de *Los protagonistas* y conductor del segmento deportivo en *Hechos*, noticiario nocturno transmitido por canal 13, menciona: "...el que nuestro programa no incluya directamente el trabajo de la mujer periodista no habla de una exclusión; más bien refleja que no hay completa disposición y entrega de ellas para con el deporte..."⁴²

Puede tratarse de un argumento poco convincente, apegado a ideologías de antaño que tajantemente descartan el que la mujer ocupe sitios de renombre y tenga aceptación al interior de los conceptos más importantes de la programación.

No se trata de llegar y ascender rápidamente en esta fuente, nadie dijo que sería sencilla la tarea, el hecho es que se brinde tanto a hombres como mujeres las mismas oportunidades y espacios de trabajo para afianzar en la sociedad un ejercicio periodístico sin etiquetas prefabricadas.

Los ambientes de trabajo no cambiarán de la noche a la mañana, al igual que las intimidaciones o la inaccesibilidad de los horarios, porque si en treinta años más o menos han evolucionado su condición, no es de esperarse una evolución total en los próximos años.

Porque siendo el campo deportivo uno de los más controvertidos, es lógico que cuando se gana parte del terreno, rápidamente salgan a la luz nuevas tácticas y mecanismos que de cierto modo llevan a las periodistas a imprimir el doble de esfuerzo y trabajo para ofrecer lo mejor posible en la labor reporteril.

Toda actividad requiere de cierta dedicación, el periodismo deportivo la demanda en mucho mayor escala; más aun, si se habla desde la tribuna femenina por aquello de que desde siempre se ha puesto en entredicho su capacidad y desenvoltura.

El número de mujeres periodistas ha aumentado considerablemente, sin embargo pocas son las que encabezan temáticas financieras, deportivas y económicas, por falta de capacidad, por no cumplir con el perfil requerido, pretextos que contribuyen a la demostración de que para la fuente deportiva ser mujer implica cierta desventaja y dificultad.

⁴² Entrevista efectuada a Enrique Garay, comentarista deportivo en *Los protagonistas* y el noticiario nocturno *Hechos*. 19 de agosto de 2002.

Se trata de pretextos que se palpan al más mínimo contacto con la realidad, a la menor participación proveniente del campo deportivo impulsado por el papel, tinta y voz de la mujer.

UNA MUJER EN DEPORTES ES...

Las cosas se hacen por el menor placer de disfrutarlas, por imprimirle a cada una de ellas nuestra esencia.

CARMEN NARANJO

Perseguir un sueño, protagonizarlo, dar la cara de frente y demostrar que se es parte de la realidad que caracteriza al ámbito deportivo, son tan sólo algunos de los motivos que dan sentido a la participación de la mujer en una variante periodística de enorme popularidad como lo es el deporte.

No se trata de poner en evidencia el papel que actualmente juega ésta como protagonista directa de la labor reporterial, sino más bien de asentar que es el gusto y la pasión por el deporte lo que le ha llevado a poseer cada uno de los lugares en los que se encuentra.

Porque ese ha sido y será el principal ingrediente, la consigna con la cual mujer y deporte se den a la tarea de cubrir y retratar la información generada a través de los múltiples eventos que desencadena la actividad deportiva.

La controversia no deja de generarse en torno al ¿cómo debe ser realizada la labor periodística femenina? o ¿cuáles son las posiciones que debería ocupar? Las respuestas, supuestos divididos, voces que afirman e interrogan cada uno de los pasos que se dan dentro del campo deportivo.

La primera en hablar, Rosalinda Coronado, quien comenta que para definir a la periodista dentro del área deportiva basta con hablar de la profundización de los hechos, del argumentar sin caer en el desborde emotivo y, sobre todo, en trabajar con apego al respeto tanto con el público como con los entrevistados.

A simple vista, una postura ideal como método de trabajo o estrategia laboral, sin embargo no deja de ser cuestionado por aquellos amantes de la viveza recreada al máximo a través del trabajo periodístico.

Uno de ellos, Jorge Gutiérrez, locutor deportivo para quien el periodismo femenino, aunque aceptado y difundido, representa la parte formal del deporte, puesto que con frecuencia son los argumentos los que plagan el cuerpo de la nota, dejando como mero complemento los tintes emotivos y coloridos.

De ahí entonces la aprobación o descalificación del trabajo periodístico, porque mientras unos adoptan las tendencias generales y un tanto objetivas, otros le reclaman una frialdad carente de polémica deportiva.

La editora de *Señor Futbol*, Alejandra Benítez, narra su experiencia al trabajar en uno de los deportes tradicionalmente arraigados al por mayor en el sector masculino: "...el fútbol es muy subjetivo, digamos que lo único objetivo es dar a conocer quién metió el gol, por ello siempre intentas describir un panorama general y atractivo; sin embargo cuando presentas tu trabajo, lo primero que escuchas es la clásica de ¡yo no sé que partido viste!, porque obviamente tu enfoque y el que la gran mayoría de los hombres tienen, difiere muchísimo..."⁴³



Reunión de Periodistas en Nuevo León.

Si existe una diferencia en cuanto a estilos y formas de retratar el hecho deportivo se ha cuestionado infinidad de veces, sin embargo todos son aceptados en menor o mayor porcentaje. Lo que sí es un hecho es que una mujer dentro del ambiente periodístico deportivo aprende, cuestiona y ejerce confiada en su capacidad y conocimiento.

Porque, como menciona Heriberto Murrieta, "... actualmente la mujer que decide formar parte de la fuente deportiva es conocedora del tema, tiene estudios universitarios y si asciende a mejores posiciones es gracias a su trabajo, audacia y perseverancia para sacar el mayor provecho al evento. Para mí esa sería la forma más clara de definir a la periodista deportiva..."⁴⁴

Una realidad que intenta dejar al descubierto el trabajo que en ciertas ocasiones desempeña la mujer, aun cuando ésta no tenga el suficiente conocimiento y dominio deportivo.

⁴³ Entrevista efectuada a Alejandra Benítez, periodista y editora deportiva en el periódico *Reforma*, 6 de agosto de 2002

⁴⁴ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.

Sandra Becerril comenta "...quienes practicamos el verdadero periodismo deportivo contamos con una preparación universitaria, además tenemos la suficiente capacidad para cubrir al igual que nuestros compañeros la nota deportiva, para encarar cualquier situación, para hacer igual de válido lo que preguntamos y exponemos en el espacio que los medios nos han cedido..."⁴⁵

Es cierto que la mujer enfrenta satisfactoriamente a la fuente deportiva pero también existe otra parte importante, otra visión que según sus demandas, poco tiene que ver con las características de esta actividad. Una variante más que sitúa el rol de la mujer quizá un tanto por debajo de lo relevante.

Pues como menciona Fernando Rojas, colaborador del suplemento electrónico *Sports.nets.com*, el que el ámbito deportivo pueda contar con la participación de la mujer da margen a la convivencia entre las dos caras de la moneda, porque lo primero que se percibe es el dominio del evento a cubrir para después mostrar los problemas que implica una redacción carente de emoción y viveza deportiva.

No se trata de adornar la información con calificativos y adjetivos, el chiste está en tener la suficiente madurez para transmitir la emoción que registró la contienda deportiva tal cual al público, cosa que difícilmente llega a percibirse e el trabajo realizado por la mujer.

Y como a toda acción corresponde una reacción, quien mejor que Rosalinda Coronado, - cuya trayectoria ha contribuido a la aceptación de una fuente deportiva femenina - para exponer su postura: "... quienes descalifican nuestro trabajo tomando como pretexto una falta de viveza al retratar el hecho noticioso solamente reflejan la inseguridad que tienen en cuanto a la competencia que pueda desatar nuestro trabajo. Por los años que llevo ejerciendo el periodismo deportivo me ha llevado a afirmar que para que puedas trabajar a la par con tus compañeros es necesario aprender a mentar bien la madre cuando se requiera y aferrarte a tu postura aun cuando ésta no sea la correcta..."⁴⁶

Ciertamente una mujer en deportes puede ser infinidad de calificativos que la sociedad y los medios de comunicación le atribuyan, no importa cuantos de ellos sean a favor o en contra porque a final de cuentas eso es lo que menos importa, porque la fama, el prestigio y el respeto se ganan cuando la mujer es y actúa como quiere ser en el campo deportivo.

⁴⁵ Entrevista efectuada a Sandra Becerril, reportera deportiva en el periódico *Reforma*, 24 de julio de 2002.

⁴⁶ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *ESTO* y *ABC Radio*, 12 de agosto de 2002.

Opiniones encontradas resultantes de la publicidad y el trabajo, dos vertientes que sitúan a la mujer como una protagonista más del deporte y su historia, cada una en su peculiar estilo.

Y es que al hablar de publicidad, lo primero que viene a la mente es la imagen de una mujer cuyas cualidades apenas tienden a la corriente deportiva, pero que sin lugar a dudas la coloca en posiciones un tanto privilegiadas.

Caso contrario es el enmarcado por la corriente laboral, cuya principal característica gira alrededor del aplomo y el interés con que se enfrenta la cobertura de esta fuente.

Desafortunadamente es la imagen publicitaria la que encabeza con mayor ventaja el significado y conceptualización que circunda la incursión femenina en el ámbito deportivo, debido a que esta tendencia fácilmente es arraigada en gran parte de los sectores sociales.

Carmen Naranjo, autora del libro *La mujer y el desarrollo de la cultura*, menciona que es común que la mujer llegue a fungir como blanco ideal de críticas, intimidaciones y juicios que le dificultan despojarse de etiquetas y características que hoy por hoy se mantienen latentes.

Georgina González menciona que así como suele hablarse bien del trabajo periodístico femenino, también puede hacerse alusión a la participación superflua de la mujer, por lo que "... para definir lo que es realmente la mujer en el periodismo deportivo primero tienes que hablar de la fuerza, preparación y perseverancia que le imprimes a cualquier cosa que, por más pequeñita que pueda parecer; pero también tienes que nombrar a la mujer que todavía va a la caza de una relación amorosa o amistosa, esa mujer que motivada por conocer a tal o cual futbolista, basquetbolista o atleta se integra al campo deportivo..."⁴⁷

Ser mujer en el área deportiva, suena sencillo y sin mayor problema en la actualidad, porque al principio la relación mujer – deporte se tornaba difícil; en primer lugar por la austera participación que a ésta se le daba, porque se creía erróneamente en una ideología que la definía como agua y aceite, como dos polos opuestos que muy por el contrario terminaron atrayéndose uno al otro, como la lógica de la razón lo tenía contemplado.

Entonces las mujeres no tenían esperanzas de desempeñar alguno que otro protagonismo, porque eran catalogadas como un objeto decorativo, como la parte amable de la contienda deportiva o quizá como el pretexto ideal para demostrar apertura y aceptación.

⁴⁷ Entrevista efectuada a Georgina González, locutora del programa *Adicción Deportiva*, Estadio 590 A.M. 14 de agosto de 2002.

Pudo haber sido el orgullo, el gusto por el deporte o tal vez el demostrar su capacidad lo que llevó a la mujer a prepararse y tomar confianza para ingresar al campo deportivo, conquistar poco a poco el terreno, ganar audiencia y dejar huella a través de su trayectoria.

Hay características, sensaciones, estilos y enfoques que se pueden cambiar u omitir, ese es el caso de la historia periodística deportiva a través del enfoque femenino, una fuente plagada de letras, voces e imágenes masculinas que han tenido que aprender a convivir y aceptar de la mejor manera posible a la mujer en puestos de suma importancia como la redacción, el reporteo, la corrección de estilo e incluso en el diseño y edición.

Con frecuencia se puede ver a las reporteras cubriendo partidos de fútbol, carreras automovilísticas o contiendas de boxeo; sin lugar a dudas un indicador más que viene a confirmar que la incursión femenina en el área deportiva es similar a descubrir una interminable cantidad de sorpresas día con día.

Aunque como afirma Fernando Rojas, "...al involucrarse por igual tanto hombres como mujeres, lo lógico es que ambos descubran sus cualidades y defectos durante el tiempo que trabajen juntos. Creo que alguna vez unos u otros serán los sorprendidos en cuanto a conductas y estilos de trabajo..."⁴⁸

La aceptación de la mujer en el periodismo deportivo es un hecho, una realidad que ha costado trabajo difundir pero que sigue ahí intentando abrir por completo el camino para las futuras generaciones que pronto habrán de integrarse a la práctica de esta fuente.

Se califica el trabajo femenino, se adjudican características a todas aquellas hacedoras de la fuente deportiva y pocas, pero muy pocas veces se toma en cuenta la participación y el apoyo que en ocasiones suele provenir del gremio masculino, de aquellos hombres que pasan por alto el que se pertenezca a tal o cual género, esos periodistas que saben "echar la mano" en el momento preciso, que contribuyen y aconsejan para ganar experiencia, para posicionarse con agallas ante cualquier situación que implique la demostración a fondo del por qué se está en el lugar que se tiene.

A ellos también se les incluye en la concepción que se tiene de la mujer en el área deportiva, si bien no todos los hombres han aprendido que la verdadera esencia de su profesión consiste en presentar una información atractiva, vendible y objetiva, sin importar que para ello tengan que discutir, compartir o ponerse de acuerdo con una mujer.

⁴⁸ Entrevista efectuada a Fernando Rojas, colaborador del suplemento electrónico *Sports.net.com*. 19 de septiembre de 2002.

Nada ni nadie determina cómo debe de perseguirse la nota deportiva, porque a pesar de la existencia de estructuras y reglas promovidas por los medios de comunicación, suelen ser el amor y la pasión que se tenga por el deporte y la profesión periodística los que dan sentido a ser en algunos casos y dejar de ser en otros el transcriptor de una historia más que toma como escenario al deporte y su relevancia.

Cada paso que se da tiene una voz y un eco que al igual que como hoy cobró vida, pronto quedará impreso en el papel esperando ser retomado por otras y otros que den la cara a los retos e intenten ser, solamente ser en un campo tan importante y vasto como lo es el periodismo deportivo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

DESIGUALDAD Y DISCRIMINACIÓN: LA OTRA CARA DE LA MONEDA

No hemos podido hacer que las personas dejen de lado la gran cantidad de prejuicios que tienen en contra de la prensa femenina... quizá pronto la historia pueda cambiar.

LAS HIJAS DEL ANÁHUAC
1873

Con todo y lo evolucionada que pueda parecer la sociedad, con cada uno de los cambios, de cara a la modernidad y a los nuevos tiempos, con los inconvenientes y ventajas que esto suele implicar; así es como se vive, para unos quizá el método ideal para desarrollarse, para otros un modo de seguir viviendo un presente aferrado por demás a las prácticas ideológicas del pasado.

Ese precisamente es el caso de un considerable número de mujeres que todavía hoy no son escuchadas ni tomadas en cuenta por el simple hecho de perseguir el mismo número de oportunidades que obtienen sus compañeros.

Son mujeres que participan en variadas áreas, que ejercen desde las profesiones más conocidas hasta los oficios menos pensados para evidenciar ante la sociedad que también tienen la capacidad de trascender aportando sus ideas y conocimientos.

Muchos son los campos que las excluyen tajantemente, otros poco a poco ceden parte del terreno; no obstante, siempre encuentran la forma de hacer comentarios, frases y acciones a favor de la discriminación y desigualdad que siempre han girado en torno a la labor femenina.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Uno de ellos, la fuente deportiva, una variante periodística que se ha caracterizado por ceder mayores espacios a la imagen masculina, por ser ésta la que con mayor frecuencia suele involucrarse en forma directa con este tipo de información.

Es verdad que en buena medida han servido las luchas protagonizadas por la mujer en cuanto a su total aceptación dentro del periodismo deportivo, sin embargo los espacios radiofónicos, televisivos e impresos todavía siguen acaparados por el sector masculino, una imagen culturalmente identificada por la sociedad como la principal conocedora del campo deportivo.

Ante esta situación, todas aquellas involucradas en la práctica periodística de esta fuente no precisamente se han quedado de "brazos cruzados", sino todo lo contrario; porque poco a poco han logrado que instituciones, organismos y sectores sociales centren su atención en una de las principales problemáticas que tienden a ser libradas por el gremio periodístico femenino: la discriminación.

Esta discriminación es real aun cuando el paso de los años ha demostrado que existe la historia deportiva a través de la tribuna femenina; sigue latente, pierde fuerza y emerge obstaculizando en cierto modo el pleno desarrollo profesional de cada una de estas mujeres.

Porque a pesar de que común se hace el que tanto mujeres como hombres practiquen por igual la profesión periodística-deportiva, no deja de salir a la luz el que sean ellos quienes mayoritariamente gocen de mejores oportunidades de trabajo y obtengan puestos titulares en los diferentes formatos deportivos que manejan los medios de comunicación masiva.

De ahí se explica entonces la labor realizada por la Asociación Mundial de Mujeres Periodistas (AMMPE), Fundación Federich Ebert, Documentación y Estudios de Mujeres (DEMAC) y Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC), organismos encaminados a evidenciar cada uno de los papeles que desempeña la mujer frente a la discriminación en la que se ve involucrada a través del ejercicio periodístico.

Ejemplo de ello, el primer encuentro de Periodistas en Monterrey, realizado en enero de 1995, un foro de debate y polémica organizado por miembros de las publicaciones *La Colmena* y *Palabra de Mujer*, periodistas que denunciaron y señalaron ser objeto de cierta discriminación en áreas como la financiera, económica y deportiva, basada en ideologías y modelos culturales que se niegan a ver a la mujer como igual al hombre en cuanto a sus capacidades profesionales.

No obstante, pese a los trabajos e impacto que dicho evento sembró en gran parte de los medios, las políticas y oportunidades no se vieron del todo

transformadas, pues si bien se le otorgaron mayores espacios a las periodistas, su protagonismo y trascendencia son una prueba fiel de la existencia de una subversión hacia su trabajo.

Un panorama al cual se integra la fuente deportiva, un espacio que tras haber aceptado - por decirlo de algún modo - el punto de vista femenino, ha sido y es objeto de críticas relacionadas con el carente impulso que se imprime a la mujer como hacedora directa del periodismo deportivo.

Una verdad que dio paso al primer Foro de Periodistas Deportivas, realizado en Acapulco durante marzo de 2002, donde reporteras de Oaxaca, Durango, Chihuahua, Querétaro, Coahuila, Monterrey, Guadalajara y el Distrito Federal señalaron que es cierto que cada vez es más natural observar la presencia femenina en el área deportiva, pero también es común que de un momento a otro se hagan presentes los comentarios, las observaciones y los juicios en contra de la labor realizada por estas mujeres.

Porque "...cuando una mujer se manifiesta a favor de los nuevos modelos publicitarios, cuando intenta virilizarse y endurecerse hasta adecuarse a las estructuras masculinas, cuando en su inclusión al periodismo deportivo se le califica como simple adorno, presumiblemente no supone más que una parodia resultante de las prácticas discriminatorias que hoy por hoy impregnan la atmósfera periodística..."⁴⁹

Es verdad que mujer y deporte en pleno siglo XXI son un hecho, una realidad que desde siempre ha llevado a cuestras un constante estira y afloja por parte de los directivos y reporteros que laboran en los diferentes medios, quienes por un lado se abren al punto de vista femenino y por el otro siguen apoyando la práctica de acciones discriminatorias.

Lo interesante de este asunto es que aún cuando existe un primer artículo destinado a la discriminación e igualdad para las mujeres dentro de la Carta Internacional de Derechos para las Mujeres, emitida por la Organización de las Naciones Unidas, éste es pasado por alto, tomado en cuenta algunas veces sólo para pretextar ambientes de trabajo favorables. El hecho es que pocas, muy pocas veces el trato hacia la mujer evidencia igualdad y plenitud en cada una de las actividades que llegue a realizar.

Alejandra Benítez, editora deportiva, menciona que a pesar de que hoy día existen mayores oportunidades para la periodista de la fuente deportiva, todavía no se puede hablar de igualdad, porque entre que no es aceptado de lleno el

⁴⁹ Sendón de León, Victoria. "Ir mas allá de la igualdad y el género. desafío del feminismo". Triple jornada, 2002, pag. 4-5.

argumento femenino y el que la información presentada carece de viveza, lógica resulta la aparición de una brecha que desliza a la mujer del campo deportivo.

Argumento al que se suma la periodista Rosalinda Coronado, para quien "... las prácticas discriminatorias siguen aplicándose sólo que en diferente forma, porque antes si tu información o enfoque no era lo suficientemente bueno se catalogaba como intrascendente, lo primero que podías esperar eran los comentarios que te ridiculizaban y ponían en duda tu capacidad para cubrir esta fuente.

"Hoy, por ningún motivo suelen ocurrir este tipo de acciones, aunque de pronto llegas a enfrentarte con ciertos comentarios y ambientes que no acaban de aceptar que su trabajo es igual de válido que el de sus compañeras..."⁵⁰

Sandra Becerril, reportera del periódico *Reforma*, comenta que a pesar de que el ambiente deportivo se torna propicio para el desarrollo profesional de hombres como mujeres, no deja de haber ocasiones en las que los compañeros tornen el ambiente un tanto tenso y comiencen a intercambiar opiniones no gratas en relación al trabajo femenino. Es en ese momento cuando a gritos se escucha un inunca dejarán de ser hombres!

Entonces, aunque de manera amable, casi imperceptible y hasta un tanto estilizada, se hace referencia a la discriminación como constante del ambiente característico del periodismo deportivo.

Pero si por algún motivo quedan dudas en cuanto a cómo deben ser llamadas este tipo de acciones, sólo basta con verificar la Carta Internacional de los Derechos de las Mujeres, en donde de manera textual se expresa lo siguiente:

Discriminación (Art. 1)

La discriminación contra la mujer es toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, deportiva, cultural y civil o en cualquier otra.

La discriminación se sigue manifestando. Su extinción dependerá de la desaparición de los prejuicios y prácticas de toda índole basadas en la idea de la

⁵⁰ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *ESTO* y *ABC Radio*, 12 de agosto de 2002.

inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o de las funciones estereotipadas que tanto hombres como mujeres lleguen a practicar.

Se dice que hombre y mujer tienen igualdad de derechos, sin embargo ya en la práctica el panorama pinta una situación un tanto diferente, porque son unos los que dominan y otras las que esperan su turno para ser tomadas en cuenta por sus compañeros, por la sociedad.

Quizá puede tratarse de la otra cara de la moneda, pues las nuevas generaciones de la fuente deportiva, aún tienen que librar tácticas discriminatorias y faltas de igualdad laboral.

Ante ello, el comentarista taurino Heriberto Murrieta menciona: "...creo que sí existe una cierta discriminación hacia la mujer en la fuente deportiva, porque en pocas ocasiones llega a ocupar puestos de importancia en el medio en que se desenvuelve.

"Hay periodistas que tienen capacidad y talento para ejercer dignamente esta profesión, sin embargo, como que todavía se sigue etiquetando a la mujer como la menos indicada para hablar de deportes, a final de cuentas creo que esa es la principal razón de que existan este tipo de acciones discriminatorias..."⁵¹



Archivo Fotográfico Ciudad Universitaria

Entonces, el surgimiento de leyes, su aplicación y el trabajo realizado por cada uno de los organismos dedicados a la investigación periodística femenina se intensifican, se traducen en la interminable tarea de hacer de esta actividad una forma de trabajo en la que el género, la ideología y las diversas formas de abordar ciertas temáticas se puedan gozar en forma igualitaria.

Discriminación, término que causan polémica, que en variadas ocasiones se encarnan para cubrir totalmente su verdadera razón de ser, que pasa desapercibido dentro de una sociedad agitada que todo lo vive al día pero que de algún modo no permanece indiferente a una situación que no termina de ser aniquilada por el conocimiento y la capacidad que las periodistas deportivas imprimen a su labor profesional.

⁵¹ Entrevista efectuada a Heriberto Murrieta, comentarista deportivo en *Detrás de la Noticia*, 16 de diciembre de 2001.

Y LA LUCHA CONTINÚA

El éxito no se logra con la suerte, es el resultado de un esfuerzo constante.

ANÓNIMO

Entre disputas, conflictos, intimidaciones, reconocimiento y obtención de mayores oportunidades de trabajo, entre todas estas situaciones se encuentra la mujer cubriendo una de las áreas periodísticas con mayor popularidad entre la comunidad masculina: la fuente deportiva.

Son periodistas, su trabajo les ha costado ser reconocidas como tales; constantemente se preparan para dominar la nota deportiva y demostrar que también sienten la misma pasión que sus compañeros hacia el deporte.

Sin embargo, su esfuerzo no acaba de convencer al gremio periodístico masculino, mucho menos a los medios de comunicación y sus respectivas audiencias, quienes identificadas en su mayoría con la voz e imagen varonil, no aceptan en su totalidad el argumento femenino.

La tribuna deportiva, el enfoque de la mujer, la voz que comienza a llamar la atención se escucha, se lee, se mira - eso es indudable -, pero no se reconoce como tal quizá porque como se menciona en el libro *El cuerpo en venta*, "... a la mujer siempre se le ha visto como objeto consumible de poca trascendencia, de ahí que cuando intenta ser tomada en cuenta por su capacidad, la respuesta que encuentra se ve ensombrecida por los caracteres publicitarios y superfluos que giran en torno a su imagen..."⁵²

⁵² Perez Gauli. Juan Carlos. *El cuerpo en venta*. Cátedra. 2000. pág. 49

El camino del ejercicio periodístico deportivo, al igual que el financiero o el político, es difícil pero lo parece todavía más cuando son las mujeres quienes con acciones y hechos intentan arraigar en el público el gusto por el trabajo femenino.

Jorge Gutiérrez, locutor deportivo, comenta que hay mujeres capaces de realizar un buen trabajo cubriendo la nota deportiva, pero no son tomadas en cuenta como deberían por los medios en los que laboran, porque los puestos de mayor importancia son ocupados por hombres.

Hay un trabajo, una labor que a poco más de treinta años se sigue realizando. La finalidad: ofrecer a la mujer el mismo ambiente de trabajo e igual número de oportunidades y espacios informativos dentro de los medios.

Es verdad que se han ganado algunas batallas: la publicación de notas generadas a partir de la voz femenina, su incursión cada vez más nutrida en la fuente deportiva y medianamente la posesión de espacios cedidos por los medios; sin embargo todavía falta mucho por hacer.

El objetivo puede o no cumplirse, porque mientras exista la brecha que separa a la mujer del campo deportivo, el ejercicio profesional de estas periodistas permanecerá sublevado en buena medida a las formas y modelos que establezcan tanto los medios de comunicación masiva como sus integrantes.

Al respecto, la periodista Rosalinda Coronado menciona que "...la incursión de la mujer en el campo deportivo marcó la primera de las batallas que se ganaron, pero todavía quedan muchas cosas por cambiar. Es una realidad el que mujeres y hombres cubran a la par esta fuente, ese no es el problema; aquí el punto es que no se ha dado a la mujer la importancia que merece gracias a su trabajo y desenvoltura profesional.

"Creo que hablar de una lucha por permanecer en este trabajo no es apropiado, eso quedó en el pasado; más bien se trata de vencer por completo los obstáculos que impiden en ocasiones el ejercer plenamente nuestra profesión..."⁵³

Y es que como bien menciona esta periodista, la fuente deportiva se ha visto modificada; abrió sus puertas a la postura femenina y cedió espacios. Lo que no hizo fue adoptar a la mujer con el mismo empeño y gusto que desata la participación masculina.

Pudo haber sido el resultado de una ideología o un estilo cultural arraigado en la sociedad que generación tras generación se repite en menor o mayor escala.

⁵³ Entrevista efectuada a Rosalinda Coronado, periodista deportiva en el diario *ESTO* y *ABC Radio*, 12 de agosto de 2002.

Quizá sea el resultado de una forma de ser característica de este entorno machista por tradición e idealista por convicción.

De ahí entonces que, como se menciona en la obra *La mujer en un mundo masculino*, "...la permanencia de costumbres, ideologías y estilos de vida desfavorables para la mujer se puede adaptar fácilmente al paso de los años, gracias a que existe un sistema machista que impera directa o indirectamente en los individuos de cada sociedad..."⁵⁴

Entonces raro no debiera parecer que siendo el periodismo deportivo una de las áreas en las que con mayor ahínco prevalece la participación del hombre, se apegue a la práctica de acciones en las que tanto la mujer como su trabajo se desarrollen a expensas de la actividad realizada por el hombre en calidad de directivo, reportero y entrevistado.

La lucha continúa, los medios presentan sus mejores argumentos en pro de una igualdad laboral entre mujeres y hombres, las periodistas demandan ofreciendo un trabajo competente y eficaz. Es verdad que por ahí existen personajes con cierta fama y renombre que desafortunadamente nada tienen que ver con la tarea periodística, pero que son tomados como evidencia de la poca importancia que la mujer puede proporcionarle a la fuente deportiva.



Archivo CIMAC 2000.

Ante ello, Georgina González, periodista deportiva comenta que "...en esta profesión lo mismo puedes dedicarte a informar con veracidad que a presentar información vacía sin que cobre mayor importancia para los medios, entonces no debiera de parecer raro que sea por estas situaciones que haya periodistas talentosas en puestos de principiantes.

"No se trata de justificar las posturas que los medios adoptan en cuanto a la participación femenina, pero esa es quizá la razón por la cual la mujer no ha podido alcanzar completamente sus metas y objetivos profesionales..."⁵⁵

Por eso cada uno de los pasos que se avanzan en pro de mejores e iguales condiciones de trabajo para la mujer, representan el esfuerzo de otras tantas que de principio a fin dejaron su ideología, convicción y sus ganas de trascender en

⁵⁴ Wilson Shaef, Anne. *La mujer en un mundo masculino*. Pax, 1992, pág. 65.

⁵⁵ Entrevista efectuada a Georgina González, locutora del programa *Adicción Deportiva*, Estadio 590 A.M. 14 de agosto de 2002.

una profesión que difícilmente acepta la superficialidad y la falta de compromiso para con la audiencia.

Hacer periodismo implica mantener a flor de piel todos y cada uno de los sentidos, entregarse por completo a la profesión a pesar de los horarios y la dificultad que implican algunos eventos. Comprometerse parece ser un trabajo para el hombre, pero también para la mujer, porque de igual forma sabe ejercer su derecho a la búsqueda de información.

Una búsqueda latente que la motiva a esforzarse al doble para ganar reconocimiento y aceptación tanto por los medios como por la audiencia en general, para que cobre vida la voz femenina.

A través de información, estructuras y estrategias de trabajo se percibe el periodismo deportivo femenino - como normalmente ha tenido a bien llamársele -, se toma en cuenta o se rechaza y al final queda guardado en el impreso, en las ondas sonoras, en la magia televisiva.

Del mismo modo sucede con los horarios estelares en los que se transmite información deportiva, porque basta con echar un vistazo a cada uno de los contenidos que se programan en la barra sabatina y dominical para comprobar que en los espacios con mayor audiencia, son los hombres quienes aparecen a cuadro colocándose como líderes de opinión.

En el caso de la prensa y la industria radiofónica sucede algo similar, porque son precisamente los fines de semana en los que con mayor afluencia la información deportiva proviene del gremio masculino. Entonces queda a criterio propio decidir si la incursión de la mujer en la fuente deportiva sigue enfrascada en una continua lucha.

Sin embargo, estos no son los únicos obstáculos que dan margen a la constante pugna entre hombres y mujeres por obtener mayor representación al interior de los medios y los diversos sectores sociales, no, también hay que tomar en cuenta la existencia de actividades deportivas típicamente practicadas por el hombre, entre las que se destaca el fútbol un ámbito en el que rara vez se escucha a la voz femenina narrar el desarrollo del partido.

Un formato que se sigue al pie de la letra o tal vez se trata en cierta forma de una división fomentada a partir de que algunas mujeres ejercen el periodismo deportivo, mientras que otras se conforman con aparecer a cuadro aun cuando ignoran por completo la responsabilidad que implica ejercer una profesión comprometida con el arte de informar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A MANERA DE CONCLUSIÓN

La recta final ha llegado, es momento de poner en la balanza lo bueno, malo, satisfactorio, aberrante, confuso, atrayente, ameno y apasionante que encierra el periodismo deportivo a través de la tribuna femenina, esa voz que todavía hoy sigue encarando cada uno de los obstáculos que circundan su desarrollo e incursión en esta fuente.

Son mujeres, periodistas que persiguen la nota, hacen el comentario, imprimen su estilo y dan margen a que sus nombres sean evocados cuando se habla del papel, la función y el desempeño que éstas han logrado alcanzar para ser consideradas como parte integrante del híbrido formado por deporte y periodismo.

Sin embargo, pese a que su trabajo es motivo de ser evidenciado y celebrado, pocas son quienes obtienen una entrevista, mientras que muchas son las citas canceladas, las horas de espera, los cuestionamientos relámpago y las respuestas apáticas, egocéntricas, prepotentes e incluso desconcertantes. No obstante, la anécdota y el detalle aunque en menor o mayor proporción, se logran rescatar.

Diversas posturas hacen su aparición: la periodista defiende su trabajo y su capacidad para enfrentar el reto que implica hacer periodismo deportivo desde la perspectiva femenina, pero también descalifica y arremete con toda su fuerza en contra de aquellas que involucradas en la corriente publicitaria del deporte, dan la cara al público, pretextando ser partícipes de la profesión periodística.

Por ello hablan de una burla y una falta de compromiso, sin embargo, sus reacciones cambian cuando son sus logros y los inconvenientes que han enfrentado los que protagonizan la escena, es entonces cuando toda una serie de calificativos y cualidades impregnan las pláticas. Es entonces cuando -aunque no en todos los casos- reflejan indiferencia ante los nuevas generaciones de mujeres interesadas en ocupar un lugar importante dentro de la fuente deportiva.

Justamente es aquí cuando se hace evidente el que para ellas su profesión lo constituye "todo", el que haber conseguido un lugar en la redacción es motivo de sentir orgullo y cierta superioridad porque nada les fue regalado.

Gracias a esta clase de argumentos, pudo realizarse la confrontación entre la vocación y la publicidad; hecho que por un lado hizo evidente la falta de

conocimiento y dominio de la temática deportiva, mientras que por el otro reveló lo superfluo, hueco y atrayente de una mujer acostumbrada a tratar con el maquillaje, el espejo y las luces del show publicitario.

Una imagen vendible y agradable para la audiencia, un concepto que poco a poco se ha convertido en el común denominador de la relación establecida entre mujer y deporte, entre un periodismo femenino comprometido al ciento por ciento con la veracidad de la información y la lectura de información carente de adrenalina e interés deportivo.

Y es que definitivamente han sido estas acciones las que en buena medida siguen acrecentado el abismo existente entre la mujer y la fuente deportiva, porque por un lado es claro el que la incursión de la mujer al ejercicio periodístico deportivo todavía sigue siendo objeto de polémica y crítica gracias a que ha sido la imagen masculina la que sigue predominando en los contenidos de corte deportivo.

Pero tampoco puede pasarse por alto el que se le haya permitido a la corriente publicitaria apoderarse de la industria deportiva y de paso tomar como pretexto a la profesión periodística para hacer más atractiva y vendible ya no sólo la información generada alrededor de esta actividad, sino toda una serie de mujeres-imagen, que hoy por hoy dan la cara al público como representantes de la incursión y desarrollo de la mujer en el periodismo deportivo.

Al respecto, bastó realizar una serie de entrevistas a diversos integrantes del gremio masculino para constatar que si existe una cierta apatía en cuanto a la aceptación de la mujer en la fuente deportiva, se debe en gran parte a que dentro del ambiente formado por esta profesión son las caras bonitas y agradables a la vista, las que ocupan las posiciones más ventajosas.

De ahí entonces que **La mujer y el periodismo deportivo: entre la vocación, el conocimiento y la publicidad. Reportaje**, ponga de manifiesto la existencia de actitudes aberrantes, arcaicas y discriminatorias en cuanto a la incursión de la mujer en la fuente deportiva y su constante lucha por ocupar sitios de mayor relevancia en ésta.

La situación de estas periodistas puede cambiar, pero lo más seguro es que mientras la publicidad siga practicándose ilimitadamente y sea la mujer el principal blanco de cada una de sus acciones, lo más probable es que las "lectoras de noticias deportivas" sigan catalogándose como las principales adversarias del ejercicio periodístico y de todas aquellas dedicadas en cuerpo y alma a servir a su vocación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

***FUENTES CONSULTADAS**

BIBLIOGRÁFICAS

BALAGUER CALLEJÓN, MARÍA LUISA, *LA MUJER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: EL CASO DE LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN*, ARGUVAL, ESPAÑA, 1985, 119 PP.

BARREAU, JEAN - JACQUES, *EPISTEMOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DEL DEPORTE*, ALIANZA EDITORIAL, ESPAÑA, 1995, 429 PP.

BROHM, JEAN MARIE, *SOCIOLOGÍA DEL DEPORTE*, FCE, MÉXICO, 1982, 334 PP.

DEL RIO REYNAGA, JULIO, *PERIODISMO INTERPRETATIVO: EL REPORTAJE*, ÉPOCA, MÉXICO, 1978, 347 PP.

FAINHOLC, BEATRIZ, *LA MUJER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: DEL POR QUÉ LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL CONOCEN Y DESCONOCEN A LA MUJER*, HUMANITOS, ARGENTINA, 1993, 129 PP.

GARCÍA FERRANDO, MANUEL, *ASPECTOS SOCIALES DEL DEPORTE (UNA REFLEXIÓN SOCIOLÓGICA)*, ALIANZA EDITORIAL, ESPAÑA, 1990, 323 PP.

GILLET, BERNARD, *HISTORIA Y DEPORTE*, OIKOSTAN, ESPAÑA, 1995, 204 PP.

IBARROLA, JAVIER, *TÉCNICAS PERIODÍSTICAS*, GERNIKA, MÉXICO, 1998, 135 PP.

LEÑERO, VICENTE Y MARÍN, CARLOS, *MANUAL DE PERIODISMO*, GRIJALBO, MÉXICO, 1986, 315 PP.

MANDELL, D. RICHARD, *HISTORIA CULTURAL DEL DEPORTE*, EDICIONES BELLATERRA, ESPAÑA, 1986, 346 PP.

MARTÍNEZ DE SOUZA, JOSÉ, *DICCIONARIO GENERAL DE PERIODISMO*, PARANINFO, MÉXICO, 1981, 245 PP.

MEYNAUD, JEAN, *EL DEPORTE Y LA POLÍTICA*, BIBLIOTECA DE CIENCIAS SOCIALES, HISPANO EUROPEA, ESPAÑA, 1972, 322 PP.

NARANJO, CARMEN, *LA MUJER Y EL DESARROLLO DE LA CULTURA*, SEP DIANA, MÉXICO, 1990, 197 PP.

PÉREZ GAULI, JUAN CARLOS, *EL CUERPO EN VENTA*, CÁTEDRA, ESPAÑA, 2000, 314 PP.

PÉREZ VITORIA, SILVIA, *LAS MUJERES Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN*, UNESCO, MÉXICO, 1994, 45 PP.

VÁZQUEZ HENRÍQUEZ, ALEXIS, *DEPORTE, POLÍTICA Y COMUNICACIÓN*, TRILLAS, MÉXICO, 1991, 192 PP.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

WAREN, CARL NELSON, *GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS: NUEVA ENCICLOPEDIA DE LA NOTICIA*, CÁTEDRA, ESPAÑA, 1995, 487 PP.

WILSON SHAEF, ANNE, *LA MUJER EN UN MUNDO MASCULINO*, PAX, MÉXICO, 1992, 203 PP.

HEMEROGRÁFICAS

ARGOTT CISNEROS, MARGARITA. "LOS RUMBOS DEL FEMINISMO EN MÉXICO", REVISTA FEM, NO. 199, AÑO 23, EDICIÓN ESPECIAL OCTUBRE 1999, PÁG. 62-67.

BAEZ CASTRO, FLORENCIA. "LA VIOLACIÓN EN TELEVISIÓN, DE DELITO A MERO PRETEXTO", DOBLEJORNADA, MÉXICO D.F., LUNES 6 DE AGOSTO DE 1990, PÁG. 93.

BARTRA, ELI. "ESTUDIOS DE LA MUJER", REVISTA FEM, NO. 199, AÑO 23, EDICIÓN ESPECIAL OCTUBRE 1999, PÁG. 93.

CHARLES, MERCEDES. "FEMINISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN", REVISTA FEM, NO. 197, AÑO 23, AGOSTO 1999, PÁG. 7-8.

HERNÁNDEZ CARBALLIDO, ELINA. "PRESENCIA DE LA MUJER MEXICANA EN EL DEPORTE", REVISTA FEM, NO. 199, AÑO 23, EDICIÓN ESPECIAL OCTUBRE 1999, PÁG. 58-61.

HERNÁNDEZ CARBALLIDO, ELVIRA. "LAS MUJERES PERIODISTAS EN MÉXICO A FINALES DE MILENIO", REVISTA FEM, NO. 199, AÑO 23, EDICIÓN ESPECIAL OCTUBRE 1999, PÁG. 28-32.

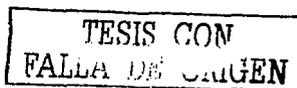
LAGUNES LUCÍA. "REUNIÓN DE PERIODISTAS EN NUEVO LEÓN", DOBLEJORNADA, MÉXICO D.F., LUNES 2 DE ENERO DE 1995, PÁG. 9.

MIRANDA, ÚRSULA. "A 10 AÑOS DE LA CONVENCION...", DOBLEJORNADA, MÉXICO D.F., MARTES 6 DE FEBRERO DE 1990, PÁG. 2-3.

RUBIO, LILIA. "LA GUERRA DE LOS SEXOS", DOBLEJORNADA, MÉXICO D.F., LUNES 2 DE ENERO DE 1995, PÁG. 4.

SENDÓN DE LEÓN, VICTORIA. "IR MÁS ALLÁ DE LA IGUALDAD Y EL GÉNERO, DESAFÍO DEL FEMINISMO", TRIPLE JORNADA, MÉXICO D.F., LUNES 2 DE SEPTIEMBRE DE 2002, PÁG. 4-5.

TOLEDO, ALEJANDRO. "FERNANDO MARCOS: HOMBRE -TODO- FUTBOL", EL UNIVERSAL, MÉXICO D.F., DOMINGO 3 DE OCTUBRE DE 1999, PÁG. 6-7 D.



ELECTRÓNICAS

LECTURAS: EDUCACIÓN FÍSICA Y DEPORTES, REVISTA DIGITAL, BUENOS AIRES, AÑO 5, No. 26, OCTUBRE 2000. <http://www.efdeportes.com>
FECHA DE CONSULTA: 11 DE MARZO DE 2002.

EL HÉROE, EL DEPORTE Y LA VIOLENCIA, PUERTO RICO, AGOSTO 1994, NO.154, <http://www.fempres.com>
FECHA DE CONSULTA: 11 DE MARZO DE 2002.

XIV ENCUENTRO NACIONAL DE MUJERES
TALLER: MUJER Y EL DEPORTE CONCLUSIONES.
<http://www.apuntesuniversitarios.com/xviMujeryelDeporte/muj.htm>
FECHA DE CONSULTA: 11 DE MARZO DE 2002.

FUENTES VIVAS

- * GEORGINA GONZÁLEZ (LOCUTORA DEPORTIVA EN ESTADIO 590 A.M.)
- * ROSALINDA CORONADO (PERIODISTA DEPORTIVA EN EL DIARIO ESTO Y ABC RADIO).
- * ELI BARTRA (PROFESORA ESPECIALIZADA EN ESTUDIOS SOBRE LA MUJER EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMAMETROPOLITANA - XOCHIMILCO).
- * HERIBERTO MURRIETA (COMENTARISTA DEPORTIVO EN LA AGENCIA INFORMATIVA DETRÁS DE LA NOTICIA).
- * JORGE GUTIÉRREZ (LOCUTOR DEPORTIVO EN ESTADIO 590 A.M.)
- * SANDRA BECERRIL (REPORTERA DEPORTIVA EN EL DIARIO REFORMA).
- * ALEJANDRA BENÍTEZ (PERIODISTA Y EDITORA DEPORTIVA EN EL DIARIO REFORMA).
- * IRACEMA CAMPOS (REPORTERA DEPORTIVA EN EL DIARIO OVACIONES).
- * BEATRIZ VÁZQUEZ (REPORTERA DEPORTIVA EN ESTADIO 590 A.M.)
- * FERNANDO ROJAS (COLABORADOR DEPORTIVO EN EL SPORTS.NET.COM).
- * ENRIQUE GARAY (CONDUCTOR DEPORTIVO EN HECHOS, EMISIÓN NOCTURNA).
- * JACQUELINE BRACAMONTES (EX CONDUCTORA DEPORTIVA EN EL NOTICARIO VISIÓN A.M.)
- * CAROLINA MENÉNDEZ (CONDUCTORA DEPORTIVA EN EL NOTICARIO NUEVA VISIÓN).
- * GABRIELA FERNÁNDEZ DE LARA (PERIODISTA DEPORTIVA EN EL NOTICARIO A LAS TRES).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN