



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

ELABORACIÓN DE UNA REVISTA ESPECIALIZADA: EL CASO ESPECÍFICO
DE *PURO BASKETBALL*

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

P R E S E N T A
OLGA LIDIA TRUJILLO GÓMEZ

ASESORA DE TESIS:
DRA. ELVIRA HERNÁNDEZ CARBALLIDO



MEXICO D.F.

2010



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.

AGRADECIMIENTOS

*“Será que por fin puedo guardar
la historia de mis indecisiones
en el baúl de las mentiras?
Salud”.*

TLAT

Luego de tantas lunas, llamadas, emociones, películas, fotos...
Luego de habernos conocido,
Luego de nombrarte papá,
Luego de tantos partidos, secretos, discos, pleitos, sabores...
Luego las pláticas de almohada.
Luego de tus enseñanzas,
Luego de no conformarnos.
Luego de tus descaros para amar,
Luego de esta vida juntos, un triunfo más para celebrar no está de más.
Gracias, te amo.

BRUNO

Las palabras comienzan en *B*.
B es el anuncio de *C*.
Tu llegada coloreó mi cielo.
Tu olor mi mirada,
Tu llanto mi atardecer,
Tu sonrisa mis ganas.
Tus ojos mi esperanza.
Tus pies mi futuro.
Bailar contigo es mi sueño.
Éste es un pedazo de mamá para *B*.

MAMÁ

Cada día a tu lado aprendí.
Que un té de canela sana cualquier pena.
Que el sentido de amar está en soñar.
Soñar con papá.
Que tus nueve hijos son los 106 años de mi abuelo.
Que creer en algo siempre ayuda.
Y yo te creo.
Te quiero mucho, gracias por tu eterno apoyo.

HERMANOS

Ustedes son mi forma de regresar a la infancia.
Y al chavo del ocho, al pájaro loco, a las telenovelas, a las barbies y a los almohadazos...
En ese estado se aprende de la vida.
La vida que nos ha hecho familia. Y soporte mutuo.
La infancia permanece en *la casa*.
Lo dicen los veinte sobrinos (más los que se agreguen).
El basquetbol también me trae infancia. Donde habitan conmigo.

TÍA BERTHA

Emprender algo nuevo depende de dos cosas:
De quedarnos con el intento,
O intentarlo y al final quedarnos sólo con eso y la experiencia.
Gracias por ayudarme a obtener lo que me ha formado ayer, hoy y mañana.

SUEGROS

Nos encontramos gracias a él.
Inmadura pero sonriente me acerqué a ustedes.
Que poco sabía entonces sobre la sabiduría de las parejas.
Paty, gracias por ser además mi amiga.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I.....	10
De la prensa y periodismo	10
1.1 Periodismo y periodista	10
1.2 Desarrollo del periodismo.....	14
1.2.1 El ágora y la escritura.....	15
1.2.2 Hojas volantes.....	17
1.3 La imprenta de Gutenberg	19
1.4 La primacía de Nueva España	23
1.5 Periodismo moderno	26
1.5.1 La influencia de la tecnología	30
1.5.2 Los inicios	31
1.5.3 La ruta del periodismo: siglo XXI	34
CAPÍTULO II.....	36
Del periodismo deportivo.....	36
2.1 Deporte: Símbolo de poder	36
2.2 La especialización en el periodismo	40
2.2.1 La especialización en deportes	42
2.2.2 Periodismo y periodista deportivo	44
2.2.3 Periodista deportivo	46
2.3 Prensa Deportiva: panorama general	48
2.3.1 Prensa Deportiva, panorama en México	52
2.3.2 La Prensa Deportiva moderna	54
CAPÍTULO III.....	59
El basquetbol como suceso noticioso en México	59
3.1 Momentos relevantes	59

3.1.1 Massachusetts 1891, nace el basquetbol	60
3.2 Se abre cancha.....	64
3.2.1 Las figuras	71
3.2.2 Las ligas, semilleros de veteranos	76
3.2.3 Un mexicano en la NBA.....	80
3.3 El conflicto interminable	84
CAPÍTULO IV	89
Elaboración de una revista especializada: el caso específico de <i>Puro Basketball</i>.....	89
4.1 Nace <i>Puro Basketball</i>	89
4.1.1 Target	90
4.1.2 Descripción del producto.....	91
4.2 El proceso.....	92
4.2.1 De lo legal	93
4.2.2 De lo administrativo.....	98
4.2.3 De la publicidad y mercadotecnia	102
4.2.4 Contenido Editorial.....	106
4.2.5 Diseño	111
4.3 Crece <i>Puro Basketball</i>	121
4.3.1 El manejo de la distribución	123
4.3.2 Un destello de éxito	126
4.4 Desaparece <i>PB</i>	130
4.5 Las consecuencias	134
CONCLUSIONES	136
BIBLIOGRAFÍA	140

INTRODUCCIÓN

En México ya no existe ninguna revista mexicana dedicada al basquetbol. Desde 1902, cuando la disciplina comenzó a practicarse en el país, sólo *Viva Básquet* y *Puro Basketball* se han arriesgado a hacer el intento de contribuir con la promoción de uno de los deportes más practicados en el mundo.

En el presente trabajo se muestra –con base en mi experiencia profesional como reportera y ex jugadora— que al aprovechar las herramientas académicas, los estudiantes interesados en practicar el ejercicio periodístico tienen la capacidad de crear instrumentos de información especializada (como fue el caso de la revista *Puro Basketball*), el cual tuvo la clara finalidad de contrarrestar el olvido en el que el sistema deportivo mexicano tiene a la disciplina del balón naranja. Pero la situación del deporte ráfaga no es un hecho aislado, pues es el mismo caso del deporte en general (a excepción del futbol soccer).

Hago un paréntesis para explicar que gracias a mi formación académica y mi participación como jugadora en las distintas instituciones de la Universidad Autónoma de México (Preparatoria Número 2, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y Pumas de la UNAM), reforcé aún más mi profundo y comprometido interés por el basquetbol. Fue por ello que, a sabiendas de mi sentido de responsabilidad con este deporte --del que he aprendido a ser mejor humano durante la vida--, eché a andar mi imaginación y curiosidad sobre los alcances de mi vocación.

Las desventajas que encontré fueron amplias: Las actividades deportivas, manipuladas por los intereses económicos de las grandes difusoras, se alinean inevitablemente a un enfoque comercial. Este problema se suma a otro factor, pues la mayoría de los periodistas no se han preocupado por una especialización que vaya más allá del diario contacto con sus fuentes. El deporte es un caso ejemplar: pocos periodistas consultan libros para dar contexto y trascendencia a sus notas y reportajes; en consecuencia, tampoco se hace investigación que enriquezca la biblioteca deportiva mexicana. Tampoco en las instituciones de enseñanza se han preocupado por una capacitación especializada al respecto.

Estos descuidos se reflejan en el abandono y desestimación del basquetbol: por un lado, en el nivel de la afición, la pérdida de interés significa una amenaza tanto para la práctica, como para aprender de éste (mientras menos se transmita, menos se acerca a la mayoría de la población); por el otro, en el de la información, la carencia de bibliografía histórica útil y válida para futuras generaciones, descubre el conflicto en el que se encuentra uno de los deportes más practicados en México (de manera informal).

Por ello, gran parte de la presente tesis se basa en la poca bibliografía existente sobre el basquetbol mexicano, y en su mayoría, se recopila información de entrevistas a personajes que de una u otra manera se encuentran inmersos en la historia del basquetbol del país, ya sea como jueces o parte.

Asimismo, se hace un recuento del proceso a seguir para la elaboración de la revista, al tiempo que se analizan las causas y fallas que conllevaron a su

desaparición. Entre éstas, cabe destacar como sugerencia que si bien el quehacer académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales es el de formar estudiantes de Ciencias de la Comunicación (entre otras profesiones) --lo cual cumple con bastante acierto—, también podría esforzarse por impulsar algunas capacitaciones que ayuden al alumno a integrar sus conocimientos periodísticos con los de negocios. La finalidad sería hacerlos más competitivos dentro del mercado laboral y alentar y sostener la posible creación de un negocio propio.

Otro de los objetivos principales de la tesis fue rescatar parte de la historia del basquetbol con la firme intención de coadyuvar con la especialización del ejercicio periodístico, y así dar señales de que éste es posible si se le dedica el suficiente interés y apoyo.

El hecho de que sólo uno --Eduardo Nájera-- de los cien millones de mexicanos represente al país dentro de las duelas del mejor basquetbol del mundo (NBA), no tiene por qué desmotivar la tarea de los periodistas especializados en basquetbol; al contrario, es señal de que dentro del hueco hay algo que debe ser indagado.

La elección de *Puro Basketball* como tema de estudio para la presente tesis, corresponde a la necesidad de figurar como tema relevante dentro de la sociedad, ávida de encontrar en los mensajes elementos que satisfagan sus necesidades informativas respecto a la disciplina.

Para ello fue necesario dividir el trabajo en cuatro capítulos. En el primero se hace un recuento del desarrollo del periodismo, no sin antes detallar la tarea del

periodista quien es el responsable de explicar y dar fundamento a la información que llega a la sociedad. Autores reconocidos para contar la historia del periodismo como Carlos Alvear Acevedo, Luis Reed y María del Carmen Ruiz Castañeda, así como otros más recientes como José Luis Esquivel, son citados para explicar cómo es que primero con palabra, luego con la escritura, con la imprenta y por último con la cibernética, el periodismo ha vivido cuatro grandes revoluciones.

En el mismo tenor, la investigadora Irma Lombardo junto con Teresa Camarillo hacen énfasis en la idea de que una vez creados periódicos como *El Universal* y *Excélsior* en el siglo XX, el periodismo moderno dio inicio en México.

De ahí en adelante es imprescindible apuntar cómo es que las nuevas tecnologías marcan la pauta para hacer nuevo periodismo; con las cada vez más rápidas formas de impresión, así como los servicios informativos “se impone la denominada ‘información en línea’”... como dice Manuel Piedrahita. Una clara tendencia del periodismo del futuro.

En el capítulo dos, por lo tanto, se habla precisamente de la necesidad de la especialización del periodismo, pero específicamente del periodismo deportivo, para lo cual fue primordial apuntar la importancia del deporte en la sociedad (que conjuga muchos valores en el desarrollo del ser humano según Cagigal), y luego el concepto de ‘periodismo deportivo’, definido por autores como Sergio Levinsky y Antonio Alcoba –ninguno mexicano—.

Posteriormente se hace un repaso de la prensa deportiva en general y luego en México, con lo que se destaca que periódicos como *Esto*, *Ovaciones*, *Estadio* y

Récord, son los únicos medios a nivel nacional que difunden el deporte, aunque sus páginas estén dedicadas principalmente al *fútbol*.

Al final se detalla la tendencia de la prensa deportiva moderna, misma que le apuesta a la publicación de más fotografías y notas cortas por encima de los reportajes amplios o de investigación.

Al llegar al tercer capítulo, una vez claro el panorama de la prensa deportiva, se hace un recuento sobre la historia del basquetbol en México: Dónde nació, cómo llegó al país y quiénes fueron los primeros en practicarlo.

Como se dijo anteriormente, con base en el apoyo de la poca bibliografía existente, así como en notas periodísticas, entrevistas realizadas a distintos protagonistas y mis reflexiones con base en mi experiencia profesional, se logra rescatar la situación de un deporte que en la época de los 60 y 70 tuvo su mayor lucidez a nivel mundial con dos jugadores que hasta la fecha no han sido superados: Manuel Raga y Arturo Guerrero.

Posteriormente se habla sobre la única Liga semiprofesional donde juegan más veteranos que nuevos talentos. Al final del capítulo se explica el por qué el basquetbol se encuentra empantanado en un conflicto interminable, y el por qué influye en su escasa difusión dentro de los medios masivos de comunicación.

Para concluir, el cuarto capítulo trata sobre la experiencia y el proceso de la elaboración de la revista *Puro Basketball*, para lo cual se hace un breve repaso de las distintas tareas que se involucran para la realización de un instrumento de difusión de esta categoría desde el principio hasta el fin: aspectos legales, administrativos, contenido, diseño, impresión y distribución.

En este cuarto y último capítulo, también expongo mis propias ideas de acuerdo a lo que viví como una de las creadoras de la revista. Asimismo se hace uso de algunas ilustraciones como papeles que significaron diversos trámites, así como de fotografías –tomadas de la misma revista— para dar una idea más clara del concepto en general de la revista, así como de su imagen integral.

Por último, la quinta y sexta parte de este trabajo están integradas por las conclusiones y la bibliografía consultada para la elaboración de la tesis.

CAPÍTULO I

De la prensa y periodismo

El objetivo del presente capítulo es dar a conocer el panorama general acerca del desarrollo y evolución del periodismo desde su concepción original hasta su evolución tecnológica. A manera de apartados, se definirá parte del marco de referencia que da pie a capítulos posteriores.

1.1 Periodismo y periodista

El mundo no apareció súbitamente. El castellano es una evolución del latín. Antes de que los aviones volaran por los aires se tuvo que conocer la rueda. La política actual de igual forma tiene sus antecedentes primarios en el antiguo Imperio Romano y en las asambleas de las comunidades primitivas. Todos y cada uno de los actos y costumbres de la vida actual muestran las huellas de su procedencia. En ese sentido, el periodismo hace posible la presencia de dichas huellas y, por supuesto, su influencia en los cambios.

La sociedad es un conjunto de individuos y la historia relata lo realizado por éstos; sin embargo su campo no es la descripción o el estudio de la vida de algunas personalidades sino que fija su atención en movimientos sociales. No incluye el examen de las personas pero éstas deben ser encuadradas en la

comunidad de la que forman parte. La historia es la experiencia acumulada de la humanidad y dicha experiencia se ha conocido por muchos medios, pero quizá ninguno como el periodismo.

Dada su importancia, es necesario hacer una pausa y definir qué se entiende por periodismo y cuál es su tarea principal pues más allá de ser aquella de informar a la sociedad de los acontecimientos diarios, es un oficio que se aprende con la práctica, así como un instrumento de poder (información es poder), "...es una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad a través de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas y anecdóticas".¹

Al parecer, Leñero y Marín, pintan el panorama de la no existencia del periodismo basados en las ancestrales formas de comunicación del ser humano, es decir, a las primeras formas de comunicación del mismo como los movimientos corporales, las señales de humo, las cuales demostraban un claro intento de transmitir aquello que sucedía a su alrededor; una comunicación no verbal que evolucionó aunada al lenguaje oral por una obvia necesidad.

Sin embargo, otra forma de definir al periodismo es la que comenta Raymundo Riva Palacio en su *Manual para un nuevo periodismo*: "El periodismo es visto

¹ Vicente Leñero; Carlos Marín, *Manual de periodismo, tratados y manuales*, México, Grijalgo, 1986, p.17.

por muchos, desde dentro y desde afuera, como una obsesión por el hombre de informar, por la necesidad de saber para contarlo”.²

Queda claro entonces que para que el periodismo exista se necesita obviamente del periodista o reportero, pues son ellos quienes con su actividad, conocimiento y energía logran dar a conocer al mundo el qué, quién, cuándo, cómo, dónde y por qué. Para ambos resulta tanto una obligación como una responsabilidad el hecho de estar informados para informar.

En una definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (que según cita a su vez el periodista Rogelio Hernández), Riva Palacio señala también que ser periodista o reportero, es ser “un trabajador que interviene en la captación, procesamiento y difusión de informaciones --- manejando los géneros reconocidos a nivel internacional— a través de los medios de comunicación masiva, sean impresos o electrónicos”.³

Mientras que Leñero y Marín destacan: “el reportero es el sujeto clave del periodismo informativo, quien recoge las noticias, hace entrevistas, realiza reportajes y está en contacto con los hechos”.⁴ Para un ‘recolector de información’ es bien sabido que la noticia está en la calle, o bien que con la práctica del ejercicio de estar, escuchar y compartir, se encuentran las pistas o ideas que forman día con día tanto sus bases de conocimiento como el de los interesados determinado tema.

² Raymundo Riva Palacio, *Manual para un nuevo periodismo. Vicios y virtudes de la prensa en México*, México, 2005, p. 18.

³ *Ibid.*, p. 17.

⁴ Vicente Leñero; Carlos Marín, *op. cit.*, p.24.

Cabe señalar que la mayoría de los estudiosos manejan los conceptos de 'periodista' y 'reportero' como un personaje similar o que se dedica a lo mismo, aunque podría hacerse una distinción con base en el tipo de trabajo final: no es lo mismo aquel que sólo se dedica a 'reportar' o describir lo acontecido durante tal o cual suceso, a aquel que además de procesar y difundir tales hechos, genera información extra, con base en la persecución de un dato y análisis; es quien va al extremo o al 'más allá' de la nota, lo cual suele concluir en un reportaje, llámese de investigación, especial o de fondo.

Es decir, un periodista es también un reportero, jamás deja de serlo: ambos tienen las mismas posibilidades de recaudar y redactar información extra de la nota diaria y ambos manejan los géneros periodísticos (de los cuales se hablará más adelante).

Sin embargo --con base en mi experiencia profesional--, es muy fácil hacer una diferencia entre un simple reportero y un periodista de investigación: mientras el primero decide quedarse en la redacción de una misma nota o con una misma fuente informativa, el periodista busca su consagración mediante una detectivesca forma de olfatear los hechos, utiliza su imaginación, talento y franquea obstáculos para lograr un trabajo final que lo satisfaga. Los reportajes son un desafío. Es por ello que precisamente es lo que debe buscar un periodista.

Cabe aclarar que el papel del periodismo y por tanto del periodista en la sociedad es el de crear conciencia sobre las diferentes situaciones que acontecen en pro de generar una mejor calidad de vida, así como advertir a la

sociedad acerca de las posibles consecuencias que ciertas acciones pueden acarrear, a la vez que ha de procurar comunicar todas aquellas acciones que tienden hacia el bien común de las personas y del mundo. El periodismo suministra a las personas herramientas informativas y cognitivas suficientes para que las relaciones de los hombres con los hombres y las de éstos con el mundo se tornen cada vez más en relaciones de buena convivencia.

1.2 Desarrollo del periodismo

A pesar de que en México las formas del periodismo 'en línea' han tenido un lento desarrollo, es ciertamente la prensa de todo el mundo el medio de comunicación que más ha avanzado y explotado las nuevas tecnologías como una forma de crear un nuevo periodismo.

Incluso hay quien dice que en un futuro el papel impreso como medio de comunicación desaparecerá. La teoría, guiada quizá por la inevitable rapidez con la que viaja la información a través de la red, se percibe probable. Sin embargo, aún existe quien disiente debido a que el papel posee todavía ciertas ventajas como el poder ser atesorado así como el poder de profundizar.

A manera de visión retrospectiva es necesario hablar de la aparición y transformación del periódico y el periodismo en el mundo, no sin hacer énfasis en que el primero es el medio y el segundo la función. Mientras que el periódico fue posible gracias a la aparición de la imprenta, el periodismo es consustancial

a la comunicación humana que a su vez ha experimentado cuatro grandes revoluciones: la palabra, la escritura, la imprenta y la cibernética.

Sin el lenguaje, el hombre difícilmente hubiera alcanzado el entendimiento entre los procesos de interacción con sus semejantes. Por eso, la palabra significa la primer gran tecnología que el ser humano descubrió.

1.2.1 El ágora y la escritura

Una de las formas primitivas del periodismo fue el ágora ateniense. Con base en el descubrimiento de la palabra, los griegos se manifestaban mediante obras líricas, históricas, filosóficas o de teatro, aunque no trascendieron en el periodismo escrito. Según José Luis Hernández, quien destaca la cita de Carlos Alvear sobre de Jacob Burckhardt en su *Breve historia del periodismo*, ágora significa “muy a menudo la asamblea, sin referencia alguna a un lugar fijo”⁵. La palabra lo era todo. La comunicación verbal para los griegos suplía la necesidad de difundir cualquier información por escrito.

Y así como la palabra era la información, los juglares eran los encargados de difundirla. Considerados como los antecesores de los periodistas actuales dado su carácter andariego, éstos tenían ciertas habilidades para expresarse por lo que eran vistos como personas especiales en España alrededor de 1116.

⁵ José Luis Esquivel Hernández, *Crónica de la prensa, de la prensa al Internet*, UANL/Facultad de Ciencias de la Comunicación, México, 1996, p. 12.

A pesar de que la palabra cumplía el objetivo de ser una herramienta mediante la cual el ser humano ascendía socialmente, pronto apareció la escritura y con ésta la cultura, elementos contundentes para la nueva conformación del ser humano.

El dicho pronunciado por los latinos *Verba volant* (Las palabras se las lleva el viento), tomó sentido. De acuerdo al mismo autor, “la escritura permite la vivificación de la memoria, especialmente después de la invención del papel por los chinos, en el año 105 d.c.”⁶

La escritura, que en un principio lucía más como figuras, nació en el año 3,000 ó 3,500 antes de Cristo según datos recopilados para la *Crónica de la Prensa* y, como es sabido, el mundo vivió un momento cumbre: no sólo la cultura comenzó a tener sentido, sino que a su vez se convirtió en la más rica desde entonces, muy por encima de los cientos de miles de años de las edades previas que en cierta forma fueron menos favorecidas.

A pesar de que las formas de escritura eran sólo como las de los jeroglíficos egipcios y la escritura asirio-babilónica --anterior a los 3,000 a.c.--, la evolución quedó plasmada en documentos.

Ejemplo de ello fueron las *Acta Diurna Populi Romani*, registradas en la historia como los cimientos del periodismo. También conocidas como *Diurna Urbis Acta* (Actas diarias de la ciudad) y creadas por Julio César en tiempos de su primer consulado, las *Acta Diurna* además de informar emitían noticias

⁶ *Ibid.*, p. 13.

gubernamentales que influenciaban a la opinión pública, según explica José Luis Esquivel.

El mismo autor cuenta que la notoriedad de Julio César como el hombre que satisfacía la necesidad de la gente de estar informada creció al mismo tiempo que la importancia de las comunicaciones escritas. Fue entonces cuando las *Actas* y las *Actas del Senado (Acta Senatus)* se filtraron en la sociedad como una herramienta trascendental e histórica.

Este nuevo medio informativo, redactado sobre tablas enceradas que se exponían al público y podían ser copiadas, promovió los servicios de corresponsales que hacían la labor de informantes al escribir cuidadosamente lo que veían en teatros, en los entierros suntuosos, así como relatar escándalos. A pesar de la época, estos personajes se abrieron paso para implementar una nueva actividad entre la sociedad, así como para dejar un camino trazado para futuros narradores.

Y aunque en ese entonces la carga política y social de las *Actas* no era la misma que en la actualidad, puede decirse que de todas formas su proceso y creación representan lo más parecido a lo que hoy en día se conoce como periodismo.

1.2.2 Hojas volantes

Superado el dominio de la palabra y la escritura, los cambios tanto sociológicos como políticos surgieron durante la era cristiana y posteriormente, con la nueva

concepción del hombre y del mundo: el Renacimiento. La información, cada vez más solicitada por el pueblo y plasmada en papiros o pergaminos con letras manuscritas, se convirtió en noticia.

Diversos autores –citados a su vez por José Luis Esquivel-- sostienen que debido a que en las grandes ciudades como Venecia, donde el movimiento mercantil iba en crecimiento, la demanda de informaciones más precisas y detalladas acerca de las noticias políticas, la correspondencia de negocios así como la entrada y salida de navíos por ejemplo, marcó la pauta de la transición de manuscritos a hojas volantes, el germen de lo que hoy se conoce como periódico.

Pronto la técnica del manuscrito denominada *fogli a mano* en Italia, creada por los *menati, novellanti, rapportisti, gazettanti o gazetiers*, se modificó. Mientras los *gazetiers* continuaban practicando la escritura en papiros o pergaminos, la imprenta de Gutenberg actualizaba los escritos y les daba una presentación distinta: la información se formaba en cuadernos de cuatro, ocho o dieciséis páginas impresas que se vendían en librerías o por distribución de puerta en puerta en grandes ciudades como Italia, España, Alemania e Inglaterra.

Algunas deducciones como las de Alvear –citado por José Luis Esquivel— sobre el hecho de que los *gazetiers* provienen del término popular italiano *Gazzeta* -- nombre que llevaba una moneda--, y precio en que se vendían las *fogli* (hojas), son tan válidas como las de los que sostienen que el término nació por la casualidad de poner al comienzo del texto repetidamente la letra en que estaba pintada una urraquilla. O bien: “*Gazzeta* es el diminutivo de *gazza*, que es como

llaman los italianos a esa ave habladora y vocinglera y que la gente comparó con el parloteo intuido en las noticias de las *fogli*".⁷

En Alemania el mismo tipo de documento noticioso era llamado *Zeitung*, "aquello que sucede en el tiempo" (Zeit), mientras que en Inglaterra se conocían como *Mercurys* por ser Mercurio el mensajero de los dioses y en Francia, a su vez, se denominaban *Courriers* y *Journals*.

Fue así como durante el Siglo XV las gacetas manuscritas tuvieron gran trascendencia en Alemania e Italia, el centro principal de la vida intelectual y social de Europa.

El siguiente paso del desarrollo del periodismo fue la imprenta, que llegó a desplazar los manuscritos, y se convirtió en una de las invenciones que más han influido en el desarrollo del ser humano.

1.3 La imprenta de Gutenberg

A mediados del siglo XIV y la segunda mitad del XV, el 'reinvento' de la mecánica que logró acelerar el tiempo de producción así como la multiplicación de mensajes impresos, sacudió el contexto histórico y las ideas humanistas proporcionaron nuevas estructuras de pensamiento: El alemán Johannes Gutenberg había creado la imprenta.

Se dice que las palabras impresas no fueron un hecho propio de la iniciativa del alemán, ya que éstas existieron tiempo antes con la impresión de libros por el

⁷ Ibid., p.17.

sistema de grabado en planchas de madera o técnica xilográfica, los cuales eran llamados incunables. Sin embargo, con dicho modelo sólo era posible imprimir un texto con base en un molde que se tallaba a mano para lo que se requería mucho tiempo. Además la función que tenían era similar a la de un sello de goma, por lo que sólo servían para un mensaje; por eso con la imprenta de tipo movable el cambio fue revolucionario.

De acuerdo a Raúl Rivadeneira, una imprenta imperfecta existía en China con relieves en madera hacia el año 618 y con caracteres metálicos hacia el año 1038. Era el periodo de T'ang, y de hecho existe un primer libro impreso en Pekín en el año 868. Sin embargo el proyecto fue abandonado quizá por cuestiones de índole sociocultural.

Por eso, la imprenta de Gutenberg es la que desde siempre ha sido identificada como la creadora del periódico, transformado a su vez en diario años después. A pesar de que en un inicio fue objeto de bloqueo y control por parte de gobernantes y sacerdotes, la imprenta sobrevivió y fue utilizada enseguida para la propaganda. Pero la relación que entre ésta y la censura es tan íntima como el poder y el periodismo. Como dice Raúl Rivadeneira:

“La imprenta de Gutenberg nace como instrumento maravilloso para la propaganda, pero como arma diabólica a la que se opone todo el arsenal de la censura. Ambas (censura y propaganda) desarrollan y ensayan nuevos métodos

pues no ignoran el poder expansivo de la imprenta, la colectivización creciente del pensamiento humanista-renacentista”.⁸

Los horizontes se ampliaron. Luego de que Gutenberg imprimiera su famosa Biblia de 42 líneas por cada una de las 1, 282 páginas de dicho documento, la creación se extendió a otras ciudades de Europa. Roma fue la primera en adueñarse del proyecto en 1464.

Fue en esa ciudad donde la iglesia jugó el principal papel de represora, pues la circulación de hojas impresas subversivas que cuestionaban su autoridad, motivó la adopción de severas medidas.

De esta manera, bajo el papado de Urbano VIII se fundó el Collegium Urbanum de Propaganda FIDE, una escuela de formación de misioneros quienes eran preparados para dominar toda clase de sagradas escrituras así como de redactar información.

Lo que en un inicio comenzó como una multiplicación de mensajes escritos, se había convertido en una multiplicación pero de talleres de impresión:

“Las publicaciones podían dividirse en dos clases: religiosas y heréticas, representativas de las contradicciones de la época que habrían de dar por resultado transformaciones de valores hasta alcanzar, siglos después, su máxima expresión en la conquista de la libertad de expresión”⁹.

Poco a poco las publicaciones impresas comenzaron a expandirse por distintas ciudades de Europa debido al servicio postal, el cual ayudó a la difusión y al

⁸ Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Editorial Trillas, 2002, cuarta edición, p. 12.

⁹ *Ibid.*, p. 15.

establecimiento de fechas fijas. Fue entonces cuando el término *periódico* se acuñó, pues dichas publicaciones ya contaban con título establecido, día determinado, numeración seriada y contenido noticioso.

El progreso del servicio postal dio pie a la organización y al mismo tiempo a la elaboración de publicaciones con mayor frecuencia. Sin embargo, el diarismo que marcaría un avance más surgiría hasta después:

“El diarismo aparecería hasta 1960, con el *Leipziger Zeitung*, si bien es cierto no es considerado periodístico por muchos investigadores, porque sólo contenía noticias polémicas... Según la mayoría el *Daily Courant* es el primer diario inglés que inaugura esta nueva etapa de la periodicidad noticiosa. Apareció el 11 de marzo de 1702...”¹⁰

No obstante, diversos historiadores coinciden en que Alemania se considera la verdadera cuna del periodismo impreso, puesto que fue ahí donde se creó la imprenta y se publicó el primer semanario de Estrasburgo en 1609. Incluso fue en ese país donde se concedió el nombre de *Zeitung* (1505) a las hojas impresas periódicas, lo que según Rivadeneira “porta el contenido significativo de continuidad y periodicidad y es, quizá, el origen del término periodístico”.¹¹

El mundo había descubierto una nueva revolución de la comunicación. Aunado a ello, personas como el francés Teofrasto Renaudot, considerado como el padre del periodismo por su *Gazette* fundada en 1631 y que significó el

¹⁰ José Luis Esquivel Hernández, *op. cit.*, p. 25.

¹¹ Raúl Rivadeneira Prada, *op. cit.*, p. 15.

establecimiento de relaciones de intercambio informativo (hoy Agencia Noticiosa), contribuyeron a sentenciar la trayectoria del periodismo moderno.

1.4 La primacía de Nueva España

Mientras Europa aprovechaba la imprenta como medio de difusión al mismo tiempo que ayudaba a consolidar la cultura a través de la creación y propagación de libros, en la Nueva España el invento de Gutenberg era apenas noticia.

El impulso que la máquina le dio al periodismo impreso en México fue igual de revolucionario como lo hecho en los distintos países en los que se adoptaba. No obstante, previo a su llegada, la Nueva España ya desarrollaba una clase de periodismo por los pregoneros, servidores públicos nombrados por los conquistadores, quienes divulgaban las noticias. Aunque no de manera pública, se concretaban a hacer saber al pueblo de las disposiciones tomadas por los miembros del cabildo, así como las fiestas religiosas. En breve, las nuevas técnicas se avecinaban para perpetuar la naciente actividad de aquellos años (1524-1539), según considera Carlos Alvear.

Gracias a las peticiones del preclaro arzobispo don Fray Juan de Zumárraga, la Ciudad de México fue el primer sitio de América en contar con la imprenta en 1539; a Estados Unidos llegó en 1638, a Canadá en 1751 y a Cuba en 1764, entre otros.

De esta manera la capital se convirtió en “un centro editorial de primera importancia para la época”¹², según cita Carlos Alvear a Juan Jiménez Rueda. El mismo autor (Alvear) señala que a partir de la aparición de la imprenta y hasta fines del siglo XVI se produjeron unas ciento setenta y cuatro obras seguras y unas sesenta sin fecha o dudosas. Además de las obras, también se publicaron las hojas volantes o papeles sueltos de carácter informativo carentes de periodicidad. La más antigua que se conoce es la *Relación*.

Un acontecimiento que marcó el inicio del periodismo de la Nueva España fue la impresión en forma de folleto del *Mercurio Volante* de don Carlos de Singüenza y Góngora, célebre polígrafo mexicano. Según datos de Alvear, uno de los mejores historiadores de la prensa, tanto el contenido, que hablaba de la noticia de la recuperación de las provincias del Nuevo México conseguida por diversos militares, así como el carácter informativo con el que se presentó al público, hizo que algunos consideraran a Singüenza y Góngora como el padre del periodismo. Pero las opiniones eran encontradas pues “...muchos otros prefieren reconocer tal título a Don Juan Ignacio Castoreña y Ursúa, que desde el 1º de enero de 1722 comenzó a difundir *La Gaceta de México y Noticias de la Nueva España* editada mensualmente y que constaba de ocho páginas”.¹³

La aparición de la *Gaceta*, autorizada por la el virrey de la Nueva España, contribuyó al inicio del periodismo regular y superó el alcance de las hojas volantes.

¹² Carlos Alvear Acevedo, *Breve Historia del Periodismo*. México, Editorial Jus, 1982, p. 80.

¹³ *Ibid.*, p. 86.

A medida que el periodismo se volvió una tarea burocrática, también logró distinguirse por características propias: Ante la poca libertad de opinión por parte del absolutismo borbónico sobre temas políticos los intereses se enfocaron en desarrollar noticias acerca de literatura, ciencia, economía, comercio y religión.

El aporte esencial de dicho desarrollo intelectual se apreció hacia 1805, cuando apareció *El Diario de México*, primer periódico cotidiano de la Nueva España y el más trascendente del siglo XIX. La utilidad común y el bienestar social eran los principales objetivos del historiador mexicano Carlos María de Bustamante y el Alcalde de la Real Audiencia Jacobo de Villaurrutia, sus autores.

La evolución del periodismo escrito fue inminente. Las autoridades virreinales vieron caer su trono ante los criollos liderados por el Cura en Dolores Hidalgo, quienes clamaron independencia y al mismo tiempo lograron que los escritos tomaran tintes políticos y polémicos. Consumada la lucha, la prensa logró libertad ilimitada. A pesar de que con la llegada de nuevos presidentes, el periodismo sufrió altibajos, el sistema político pudo caminar gradualmente junto con la madurez de los periódicos oficiales entre los que figuraron: *Gaceta del Gobierno de México* (competencia del *Diario de México*, duró hasta 1821), *El Despertador Americano*, *El siglo diez y nueve*, *El Diario del Gobierno de México*, *El Monitor Republicano*, entre otros.

La experiencia que México vivió conforme la polémica creció entre liberales y conservadores explican el registro de 31 periodos presidenciales de 1835 a 1853 (ocho de Santa Ana).

Con la llegada de Ignacio Comonfort, el liberalismo se volvió el poder dominante, lo cual selló un ciclo de rígidas reformas que enardecieron a los conservadores. La prensa estuvo regida a partir de diciembre de 1855 por la Ley Lafragua, que moderó una vez más la extrema libertad con la que había funcionado tras la revolución. Por ello, se dice que la lucha más intensa que registra la historia nacional en el siglo XIX fue la de “la segunda tribuna deliberante”, pues la prensa tuvo voceros en el Congreso de los bandos liberal, moderado y conservador.

1.5 Periodismo moderno

En 1871, con la importación de maquinaria tipográfica más moderna, se desarrolló el periodismo industrializado, el cual alcanzó nuevos campos de acción.

“Al triunfar Porfirio Díaz los periódicos lerdistas inician la oposición a su gobierno, hecho que provoca el ataque directo a todos los órganos que se manifiestan como desafectos al régimen. En tanto la prensa oficial y oficiosa proclama la paz y se identifica con la nueva burguesía”.¹⁴

Uno de los diarios beneficiados por el apoyo porfirista, reconocido por su estilo en la escritura de reportajes, así como por sus excelentes servicios informativos fue *El Imparcial*, dirigido por Rafael Reyes Spíndola, en 1896. Más allá del goce

¹⁴ Irma Lombardo; Ma. Teresa Camarillo, *La prensa: pasado y presente de México. Catálogo selectivo de publicaciones periódicas*, México, UNAM/Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1990, segunda edición revisada y aumentada, p.135.

de la protección oficial, la importancia del periódico radicó en la inauguración de la etapa del periodismo industrializado en México pues gracias a su moderna maquinaria aumentó la tirada de ejemplares y pudo venderse a un centavo.

La notable hostilidad con la que el general Porfirio Díaz trató a la prensa independiente, conllevó a un aumento considerable en la tarea opositora a su régimen durante los últimos años del siglo XIX y a principios del XX, dados sus afanes de renovación social. En cambio, la prensa vendida permaneció de su lado.

Entrado el siglo XX la prensa tomó tintes revolucionarios. Con la caída del porfiriato, vivió una efímera libertad que tiempo después recuperó de manera formal con la Constitución de 1917, en la cual “se garantizó el inalienable derecho de escribir sobre cualquier materia, con limitaciones únicas del respeto a la ley, a la moral y a la vida privada”.¹⁵

Y aunque ya *El Imparcial* había abierto las puertas a la industrialización, fueron *El Universal* (fundado en 1916) y *Excélsior* (en 1917) los que marcaron la pauta del periodismo moderno. Con información de primera calidad tanto nacional como internacional, así como la utilización de ilustraciones y gráficas, ambos diarios dieron muestra de su influencia americana, que a su vez despertó codicia en otros medios y hostilidad por parte del gobierno.

Una serie de periódicos influyentes surgieron a partir de entonces: *El Heraldo de México*, el cual inició el uso de los llamados ‘monitos’ (hoy caricaturas); *El*

¹⁵ Luis Reed; María del Carmen Ruiz Castañeda, *El periodismo en México, 500 años de historia*, México, Edamex, 1995, tercera edición corregida y actualizada, p. 287.

Universal Gráfico —el mismo que se conoce actualmente— que solamente aparecía en días hábiles y que contenía el más alto nivel de cultura; *Jueves de Excelsior*, éstos últimos durante el régimen del presidente Álvaro Obregón, también represor de la tarea periodística de oposición.

Asimismo en 1922 apareció *Toros y Deportes*, también conocido por *El Universal Taurino*, dirigido por Regino Hernández Llergo, uno de los primeros periódicos especializados en deportes. La historia de este tipo de diarios apenas comenzaba.

Los años de dominación porfirista tuvieron respuesta, pues el obregonismo fue testigo de la hostilidad de editores de periódicos en alianza con las distintas facciones y líderes entre zapatistas, carrancistas, callistas, quienes crearon un ambiente crítico hacia las autoridades.

La lucha constante por el poder presidencial previo a la salida de Obregón, trajo consigo la rebelión de Adolfo de la Huerta, quien finalmente fue vencido y el general Plutarco Elías Calles tomó el mando del país en 1924. Enseguida la organización paulatina de la República mediante la realización de trabajos de infraestructura, servicios e industrias fue notable; sin embargo el intento de hacer efectivas las cláusulas de la Constitución de 1917 (sobre la oposición a la libertad y dogmas religiosos) conllevaron a una pugna con el pueblo católico de México que en un futuro se convertiría en la guerra cristera.

Los ataques de la prensa, ya dividida, contra Calles fueron severos. De esta manera periódicos como *Lumen*, *Argos* y sobre todo *La Voz del Pueblo*, organizaron propagandas descalificadoras contra el gobierno. Pero no sólo se

criticó al gobierno sino a los mismos periódicos como fue la acción de la publicación *Desde Mi Sótano*, que señaló a *El Universal* y *Excélsior* por no darle la importancia debida al conflicto religioso.

Ante la sofisticada rebelión el régimen endureció y además de asesinatos a los opositores hubo deportaciones de periodistas mexicanos a Estados Unidos: don Félix Palavicini, fundador del *El Universal*, José Elguero, editorialista de *Excélsior* y a su compañero Victoriano Salado Alvarez.

Mientras la política del país era renovada, diversos periódicos surgían a lo largo de la República. “La mayoría de ellos sólo contaba con tipo movable y con una pequeña prensa, frecuentemente movida a mano. No tenían recursos para pagar agencias internacionales –*Associated Press* y *United Press*--, por lo que su información era básicamente local”.¹⁶ Los tirajes de dichos periódicos eran de mil a dos mil ejemplares.

Con la llegada de Lázaro Cárdenas al poder, se creó la llamada Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) en 1938. Su propósito era importar todo el papel que consumían los periódicos mexicanos, es decir era un monopolio estatal, “aunque bajo la apariencia impecablemente legal de que participaban y se beneficiaban los editores de todos los diarios”.¹⁷

Posteriormente se creó el Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAAP), el cimiento de lo que hoy se conoce como Áreas de Comunicación Social ubicadas dentro de las distintas dependencias gubernamentales. Desde

¹⁶ *Ibid.*, p. 303.

¹⁷ *Ibid.*, p. 306.

ahí y desde entonces, se emiten boletines donde se expone información oficial de manera institucionalizada.

Un acontecimiento sin precedentes que marcó tanto la especialización del periodismo en México, así como la influencia del desarrollo de la tecnología, fue la creación de la cadena de don José García Valseca, que posteriormente se convirtió en la *Organización Editorial Mexicana*, dirigida por Mario Vázquez Raña.

La cadena fundó 37 periódicos, entre ellos *Esto*, editado hasta la fecha. Cada periódico que perteneció a la cadena se caracterizó por ser el mejor informado de la provincia, pues García Valseca adquiría cualquier herramienta de información rápida y/o tecnología --como las rotativas de color-- a su alcance, lo cual marcó una nueva etapa dentro del periodismo mexicano.

1.5.1 La influencia de la tecnología

El frenético avance de la tecnología ha influido en las nuevas formas de hacer periodismo. Ejemplo de ello son las ediciones electrónicas de la mayoría de los periódicos más grandes de México como *El Universal*, *Reforma* (portal no gratuito), *Excélsior*, *La Jornada*, *Esto*, entre otros.

El alcance de las nuevas herramientas es tal que incluso rebasa la propia publicación de las ediciones impresas. Es decir: cinco minutos después de que una noticia se suscita, se pueden ver avances en el portal de la mayoría de los diarios. Media hora más tarde, nuevos datos complementan la información y

antes de que el día termine, casi el resto de la nota se ha detallado. A la mañana siguiente, ya en papel, la misma noticia es portada, aunque a esas alturas es del conocimiento de la mayoría de la población, sobre todo cuando se trata de una gran noticia.

A pesar de que el periódico parece estar en desventaja, aún posee el poder de detallar más a fondo dicha información inclusive con un giro total respecto al ángulo inicial de acuerdo a la inclinación de la dirección editorial.

En el mundo existen aproximadamente 800 millones de usuarios de Internet. Tan sólo en México 30.6 millones navegan por la Red (según datos de la Asociación Mexicana de Internet -AMIPCI- del 2009). El acontecimiento transmite una clara redefinición del modo de considerar una noticia, pues ya no sólo son los periodistas quienes se dedican a recolectar, procesar y divulgar información, sino que la sociedad se vuelve partícipe y a su vez un motor dinámico para llevar a cabo dicha tarea.

1.5.2 Los inicios

El despegue de la tecnología puede contarse a partir del siglo XIX cuando los periódicos del mundo adoptaron la renovación. Cada nuevo avance técnico en los sistemas de impresión contribuía a facilitar la elaboración rápida de un periódico, por lo que la prensa barata se abrió paso. Como consecuencia, el

incremento de tirajes que impulsó la aurora de lo que se llamó prensa de masas en 1832-33.

“El avance tecnológico más notable se produjo cuando Friedrich König adaptó la fuerza del vapor de agua al mecanismo de impresión. El periódico *Time* de Londres consiguió así imprimir 1 100 ejemplares en una hora, frente a los 270 que tiraba con el viejo método”.¹⁸

En tanto la esterotipia también había construido sus antecedentes con el uso de la máquina movable de imprimir dentro de la cual podían colocarse tipos y cilindros para la tinta, al mismo tiempo que contenía un dispositivo para poder sacar de la prensa los papeles ya impresos.

No obstante su perfeccionamiento definitivo fue cuando el francés Genoud introdujo la pasta de papel con blanco de España en sustitución de la pasta de yeso de París. De esta manera, la copia del original se podía obtener con facilidad con la ayuda de prensas. La combinación de esta nueva técnica, junto con las rotativas –ideadas desde fines del Siglo XVIII— antecedieron la llegada de los linotipos.

Podría decirse entonces que “la historia de la composición de texto ha pasado por cinco fases que son: manual, mecánica, fotomecánica, electrónica y con láser”, se explica en *Prensa y nueva tecnología*, y se aclara que cada una ha tenido una vigencia cada vez más corta conforme progresa la tecnología pues “durante casi 400 años la composición no conoció otro sistema que el manual, la

¹⁸ Raúl Rivadeneira Prada, *op., cit.*, p. 19.

linotipia duró sólo 70 años como método único de producir texto para imprenta, y la fotocomposición no llevaba 30, cuando ya el láser se abría paso”.¹⁹

Los inventos posteriores sólo complementaron las iniciativas: El telégrafo (1844) de Samuel Morse, fue sin duda uno de los primeros pasos para dar un salto más ya que para los editores de periódicos significó una mayor rapidez en la transmisión de novedades; el teléfono de Alejandro Graham Bell (creado en 1876) y la máquina de escribir (en 1873).

“La máquina de escribir... funde la composición y la publicación, y es causa de una nueva actitud ante la palabra escrita o impresa”.²⁰

En 1913, llegó el teletipo, que no era más que la suma del telégrafo y la máquina de escribir, por lo que la invención del telefoto veintidós años más tarde, sólo afianzó la labor del periodismo informativo.

A pesar de que el desarrollo constante de la prensa disfrutó del interés de los lectores durante años, hubo dos nuevos acontecimientos que menguaron el apoyo ganado: primero la aparición de la radio en la década de los 20, y después por la televisión entre 1940 y 1950. No obstante, la inversión y adopción de nuevas y más sofisticadas tecnologías siguió su camino.

En medio del desarrollo especializado de los medios de comunicación apareció la primera computadora denominada Computadora e Integrador Numérico Electrónico (ENIAC), creada en la Facultad de Ingeniería Eléctrica Moore, en la

¹⁹ Ana María Menéndez Marcín; Florence Toussaint Alcaraz, *Prensa y nueva tecnología*, México, Trillas, 1989, p. 15.

²⁰ José Luis Esquivel Hernández, *op. cit*, p. 87.

Universidad de Pennsylvania en 1946. La Era de la Informática había nacido y con ésta una de las revoluciones más grandes en la historia de la humanidad.

“Hoy ya se habla de ciberperiodismo. El periodismo tradicional sufre poco a poco una mutación como consecuencia de los complejos servicios informativos del siglo XXI; se impone la denominada “información en línea” (on line), que se caracteriza por cuatro notas: está personalizada, documentada, actualizada y capacitada para procesar datos en tiempo real”.²¹

Aunando a ello, el *offset* alcanzó el avance de las técnicas de impresión, lo mismo que el rotograbado y el heliograbado, métodos que actualmente permiten impresiones en grandes volúmenes con mayor rapidez.

1.5.3 La ruta del periodismo: siglo XXI

En la actualidad la información está en todas partes. Palabras como ciberespacio, superautopista o supercarretera son parte del argot de fines del siglo XX y el actual. En los sitios se vende, se informa, se compra, se extorsiona sin que exista un control por parte de alguna autoridad. La carretera informativa es eso y hoy quien no sabe navegar es considerado como aquel que en tiempos pasados no sabía leer.

La disolución de las fronteras mundiales en cuestiones de cultura, comercio e ideología, cada vez son más estrechas, tal como lo predijo Marshall Mc Luhan en 1964 bajo el término de ‘aldea global’.

²¹ Manuel, Piedrahita, *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*, Madrid, Ed. Universitas, 1998, p. 25.

Las herramientas del periodista actual se traducen a una computadora conectada a Internet, una grabadora de voz que puede ser multifuncional al cumplir la tarea de teléfono celular, de cámara fotográfica, agenda telefónica y hasta computadora portátil. Asimismo utiliza las llamadas 'memorias' USB o tarjetas capaces de archivar desde información textual hasta imagen, fotografía y video. Del mismo modo, los periodistas dependen de su habilidad para informar la cual, al igual que sus herramientas, también debe ser versátil: el reportero debe ser capaz de tomar la foto, subir la información a los sistemas informáticos, diseñar la página e incluso --en algunos casos-- debe elaborar subproductos para más de un medio a la vez.

Sumado a la condición del periodista actual, existe otro suceso que influye en las formas de hacer periodismo: "Los usuarios están dejando de ser receptores pasivos de datos, porque tienen el poder de procesar el contenido, modificarlo y contestarlo, en un modo imposible de hacerlo con la palabra impresa", opina José Luis Esquivel y él mismo asegura que "además la prensa puede ser leída a través de la pantalla...".²²

La ruta del periodismo del siglo actual se dirige claramente hacia el periodismo *on line*, un fenómeno incrustado en el presente. No se puede decir con certeza que su lugar en México es claro, ni como oferta periodística ni como recurso comercial adicional para las empresas de medios; la muestra está en que no todos cuentan con un portal propio. Simplemente podría decirse que se está explorando y tiene cierto impacto, mas no existen certezas.

²² José Luis Esquivel, *op. cit.* p. 91.

CAPÍTULO II

Del periodismo deportivo

La intención de este segundo capítulo es tratar el tema del deporte con el objetivo de argumentar su importancia e influencia dentro de la sociedad y, por tanto, la necesidad de crear una rama especializada dentro del periodismo lo cual se conoce como periodismo deportivo. En breves apartados se definirán dichos términos; además se hablará de manera general acerca de la aparición de las publicaciones periódicas en el mundo y en México.

2.1 Deporte: Símbolo de poder

Desde sus orígenes, el deporte ha sido valorado como un símbolo de poder y grandeza. Su influencia entre la humanidad rebasa la simple percepción de la palabra 'juego' pues no sólo es la actividad humana más difundida y realizada sino que es un conglomerado de significados:

Invita al raciocinio, al aprendizaje, a la sanidad de los individuos, a la moral, a la cultura, a la integración y, por tanto, a la comunicación.

Es sabido que el deporte ha sido una actividad desarrollada a la par de la existencia del hombre, por tanto, fue practicado en todas las civilizaciones antiguas.

De acuerdo a Antonio Alcoba, realmente el deporte adquirió trascendencia cuando la cultura occidental procedente de Grecia comenzó a considerarlo como una actividad imprescindible. El desarrollo del deporte fue tal que incluso dejó como legado “juegos deportivos que, en la actualidad, se practican en similar forma a como se hacían hace 4.000 años”.²³

El concepto ‘deporte’ se forma en las lenguas de origen italiano entre los siglos XI y XIII, según explica José María Cagigal, quien refiere que el principal significado de la palabra deporte que habla de ‘una diversión inofensiva’, aún se conserva.

Aunque --el mismo autor afirma--, no fue sino hasta el siglo XVIII que el origen del ‘deporte moderno’ dio un salto en su evolución. Todo comenzó en las Islas Británicas, donde dada la ociosidad de las clases aristocráticas impulsaron a dar sentido a actividades como la caza, la esgrima y la equitación. Dichas actividades ayudaron a conseguir una mayor integración así como a conseguir una afirmación social.

“Las realidades sociológicas (de las clases aristocráticas británicas), aparecen plenamente decantadas en el siglo XIX, en el que se estructuran las formas

²³ Antonio Alcoba, *Cómo hacer periodismo deportivo*, Madrid, Editorial Paraninfo, 1993, p. 22.

básicas del deporte moderno con el esplendor de los grandes clubs, la delimitación, codificación y reglamentación de los distintos deportes...”²⁴

A partir de entonces el entendimiento asociativo del deporte vivió una expansión mundial dadas las condiciones poderosas tanto económicas como sociales de Inglaterra.

Poco a poco el deporte adquirió un reconocimiento sectorial capaz de generar una carga comunicativa de gran importancia. Su apertura racial, ideológica y religiosa ante la sociedad en general abanicó nuevas condiciones de desarrollo.

Aunado a ello, el concepto de educación física, que también parte del movimiento humano, se adoptó. Aunque entrenadores y realizadores de prácticas físicas debatieron acerca de su similitud, se llegó a la conclusión de la existencia de ciertas diferencias:

“La educación física descubrió a los hombres del deporte la bondad higiénica de sus prácticas. Hoy uno de los valores del deporte más fácilmente entendidos por el pueblo. El deporte es salud, fortaleza, resistencia, adaptación... cualidades que ha descubierto en sí mismo merced al impacto histórico de la educación física”²⁵

La cuestión radica quizá en que mientras la educación física se basa en ejercicios analíticos, el deporte tiende al espectáculo, al sensacionalismo y al profesionalismo.

²⁴ José María Cagigal, *El deporte de la sociedad actual*, Madrid, Editorial Prensa Española y Editorial Magisterio Español, Madrid, 1975, p. 25.

²⁵ *Ibid.*, p. 29.

Son precisamente sus características las que a lo largo de los años convirtieron al deporte en un instrumento, objeto de explotación, control y --como se dijo anteriormente-- poder.

Un reflejo de lo anterior en el país, son los sucesos que desde el siglo XX a la fecha acontecieron gracias al deporte: creación de asociaciones deportivas; fundación de clubes; de Federaciones; de canchas de futbol y basquetbol, etc. Es decir, el control de la actividad deportiva comenzó a ser atractivo tanto para los gobiernos --como un bien educativo y sanitario— como para organismos públicos y privados (principalmente clubes y Federaciones) en el sentido comercial.

Actualmente, es innegable la importancia del deporte dentro de la sociedad ya que conjuga muchos valores importantes en el desarrollo del ser humano.

Es por ello, que el deporte no puede ser encasillado como mera actividad física, individual o colectiva practicada en forma competitiva, pues como dice Cajjal, dejaría fuera todo un cuadro sociológico que tiene que ver con “la profusión de medios informativos, el desplazamiento de masas, las rivalidades, los apasionamientos, tensiones y propagandas... el deporte es mucho más que ello. El pueblo entiende también por deporte gran espectáculo, destacados campeones, poderosas sociedades, empresas económicas, rivalidades populares, etc.... a toda esta compleja y alborotada realidad social de nuestro tiempo la llaman deporte”.²⁶

²⁶ *Ibid.*, p. 22.

He ahí la definición más cercana de deporte, con en la cual radica la importancia del presente capítulo y, por tanto, de la presente tesis.

2.2 La especialización en el periodismo

La especialización en el ámbito periodístico nace como una necesidad de lograr una mayor profundización y profesionalización de la información ante la diversidad de las audiencias. Sin embargo, es un hecho que, a pesar de la existencia de dicha premisa, lo que más escasea, y de lo que mayormente requieren los medios de comunicación, son precisamente periodistas doctos en campos específicos.

De hecho, las políticas laborales de las empresas de medios son aún más contradictorias: eligen a los nuevos perfiles profesionales –cibernautas y/o periodistas multimedia-, sin que las remuneraciones coincidan en proporción a la complejidad del perfil.

Un amplio e interesante estudio de tesis realizado por Luis Acevedo destaca por ejemplo las palabras del investigador Francisco Esteve Ramírez, quien considera a la especialización periodística como “la disciplina encargada de establecer orden entre los distintos contenidos informativos, proporcionando una síntesis globalizadora”.²⁷

²⁷ Luis Acevedo Pesquera, Tesis: *El periodismo especializado. La experiencia de El Financiero*, México, UNAM /FCPyS, 2007, p. 14.

De esta manera por periodismo especializado se entiende a aquél que tiene como objetivo divulgar noticias e informaciones de diversa índole mediante áreas de especialización de los medios a las que se les conoce como secciones. Asimismo, Acevedo especifica que la diversidad de las mencionadas áreas de especialización responden a las necesidades más sobresalientes de la sociedad, por lo que las divide así: Deportes, Policía, Sociedad, Espectáculos, Cultura, Política, Ciencia, Finanzas, Negocios, Turismo, Ciudad y Salud. Cada área se distingue entre sí por manejar un lenguaje diferente.

A pesar de la importancia de la especialización, la oferta educativa de las escuelas en México poco ofrece al respecto; inclusive puede decirse que va en contracorriente de lo que sucede en otros países donde se ofrecen planes de estudio estructurados y encaminados hacia la especialización en la mayoría de las áreas. En el caso del deporte, España y Argentina marcan la pauta –en lo que respecta a naciones de habla hispana-- al considerar al periodismo deportivo como una carrera profesional, misma que es impartida en diversos niveles académicos, incluso en posgrado.

Por eso, con la intención de destacar la importancia de la especialización en el periodismo, Acevedo elaboró un cuestionario que aplicó a 147 medios de comunicación de México, dada la inexistencia de estudios que permitieran evaluar la situación actual y a partir de ahí dedujo datos reveladores:

- “...los directivos de los medios de comunicación reconocen la necesidad de contar con más profesionales especializados porque les garantizarían credibilidad que se traduce en un factor de alta rentabilidad para las

empresas editoras. Sin embargo, también se aducen razones de elevados costos salariales y de escasa disponibilidad de expertos para atender las necesidades que el público les impone a los medios”.

- ...”se observa que tres de cada cinco periodistas especializados alcanzaron una posición relevante como informadores debido a que ‘de origen’ se capacitaron, perfeccionaron sus habilidades y ahora disponen del manejo metodológico necesario para desempeñarse con toda precisión en alguna temática específica”.
- Y que “...las mujeres son minoritarias en las redacciones. Representan menos de 40 por ciento, aun cuando se considera que mayoritariamente están mejor preparadas que sus compañeros del sexo opuesto”.²⁸

Por último, cabe destacar que el periodista especializado, si bien no precisamente tiene que ofrecer al lector información detallada, precisa y contextualizada de lo que pasa, sí debe encargarse de proponer temas diversos a partir de su propio análisis y con ello generar nueva información.

Acevedo resume muy bien el propósito del periodismo especializado y dice: “su objetivo es ofrecer el cómo y el por qué de los hechos; aunque sin el empleo de toda la técnica ni de la profundización que exige el reportaje...”.²⁹

2.2.1 La especialización en deportes

²⁸ *Ibid.*, p. 24.

²⁹ *Ibid.*, p. 35.

Así como surgió la necesidad de crear áreas de especialización que manejaran y profundizaran en temas diversos, los públicos también se cultivaron. A medida que sus intereses han ido en crecimiento, su exigencia hacia los medios de comunicación ha sido cada vez mayor.

De hecho, de no haber sido por la división en la investigación por parte de los periodistas, la sociedad difícilmente hubiera alcanzado el nivel de conocimiento con el que actualmente cuenta.

Una cita de Alcoba, quien a su vez recurre a Jean-Louis Servan-Schreiber, para resumir la imperiosa necesidad de que un reportero se especialice en el tema del deporte, expone:

“Cuando más compleja es la sociedad, más su funcionamiento eficaz exige que cada uno desempeñe en ella un papel de campo limitado, pero que conoce a fondo”.³⁰

Las razones radican en que los temas respecto al ámbito deportivo son diversos y se dividen en sub áreas o bloques informativos, por ejemplo:

Fútbol –el más popular entre los deportes--, boxeo, lucha libre, basquetbol, fútbol americano, toros, deporte amateur, tenis, beisbol, golf y automovilismo, entre los más destacados. Cabe señalar que la mayoría de las sub áreas cuentan con distintas modalidades, categorías y, en algunas ocasiones, incluso con diferentes reglamentos.

De esta manera, podría decirse que la necesidad de la especialización en deportes marcó dos situaciones en la historia del periodismo: por un lado, una

³⁰ Antonio Alcoba, *op. cit.*, p. 121.

clara evolución con la nueva subdivisión y, por otro, la confirmación de que el deporte, una actividad aparentemente inútil, es seguido con inusitado interés por una buena parte de la sociedad.

2.2.2 Periodismo y periodista deportivo

A pesar de que en sus inicios el periodismo deportivo no fue reconocido como un género específico con la misma importancia de los restantes, ha sabido acreditarse a través de los años. Y es que tiene mucha historia por consignar.

Está demostrado que las pinturas rupestres dejaron huellas claras acerca de la actividad deportiva del ser humano desde épocas milenarias; de hecho, esos vestigios podrían ser considerados como los embriones del periodismo deportivo.

Asimismo, miles de años después, otras formas de comunicación sobre actividades deportivas fueron consideradas como parte de las raíces del periodismo deportivo, por ejemplo:

“... los relatos sobre los Juegos Funerarios realizados por Homero en La Ilíada y Odisea, con una descripción de las competencias que no las podría mejorar un especialista actual, y con la diferencia favorable a Homero y a quienes fueron los transmisores de sus obras, del estilo épico y la poesía existente en esas reseñas”.³¹

³¹ *Ibid.*, p. 40.

El mismo Alcoba cuenta que incluso los primeros informadores de temas deportivos en los periódicos no fueron periodistas, sino “escritores aficionados a un fenómeno incipiente, portador de una fuerza de atracción irresistible”³².

Ese fenómeno ayudó a que la información deportiva se abriera paso en las gacetillas que gustaban primero a un sector pequeño, mismo que fue en crecimiento puesto que el estilo de información sobre las competencias que mezclaban rivalidad y nacionalidad, fue un éxito; la sociedad se identificó de inmediato.

Fue así como la especialización de periodistas que pudieran escribir sobre la materia imperó, aunque éstos encontraron trabas dada su forma de redactar la nota, pues utilizaban un lenguaje retórico y floreado de acuerdo a la época, pero que no se parecía al estilo con el que se trataba la política o las artes, entre otros géneros.

Y aunque en la actualidad el periodismo deportivo aún maneja un lenguaje distinto (del resto de los temas de información) así como entre cada disciplina, debe cumplir con todos los géneros y obligaciones de cualquier área especializada al tiempo que otorga la flexibilidad de entretener: “...la redacción de noticias deportivas todavía es, básicamente, más divertida que angustiosa, más emocionante que aburrida, más flexible que inflexible, y una salida para las necesidades creativas que muchas veces están estancadas en otro tipo de trabajo periodístico”.³³

³² *Ibid.*, p. 41.

³³ Donald L. Ferguson; Jim Patten, *Periodismo en la actualidad*, México, EDAMEX, 1988, p. 198.

Sin duda, la importancia del deporte se ve reflejada a través de la existencia del periodismo deportivo, cuya finalidad no es sólo buscar difundir la actividad deportiva con el propósito de explicar sus excelencias así como informar acerca de sus aspectos negativos, sino también despertar un sentimiento acerca de una actividad de inestimable valía.

2.2.3 Periodista deportivo

En los últimos años el periodismo deportivo ha crecido tanto en contenido como en espacios dentro de los medios de comunicación al grado de que ya existen programas y diarios dedicados cien por ciento a cubrir la actividad física, como se verá en los apartados posteriores.

Es precisamente en el periodista deportivo en quien recae la responsabilidad de llevar a cabo la continuidad en la búsqueda de espacios, pues tiene la difícil tarea de separar la naturaleza del tema deportivo que conjuga el juego, pasión y violencia.

Por ello, la importancia de su preparación es tan primordial como la práctica de sus conocimientos: "...hoy ya no se concibe a un periodista deportivo inculto. Así, quienes desean destacar en este género específico del periodismo, deben poseer un enorme volumen de conocimientos, no sólo del asunto del cual escriben o hablan, sino de la generalidad de los temas de la sociedad, pues el

deporte, por su popularidad, se encuentra relacionado con todas las áreas del saber”.³⁴

El periodista deportivo actual debe saber que la nota no está sólo en la declaración de los involucrados en el deporte, sino que la materia va más allá.

Una simple narración de lo que acontece no es suficiente, un periodista tiene la responsabilidad de llevar la información de lo que sucede en torno a su noticia con base en la propia búsqueda de situaciones extraordinarias a las declaraciones obtenidas.

Esto es, a pesar de la flexibilidad que la redacción de notas deportivas otorga, el periodista especializado en deportes también puede y debe ser crítico, de lo contrario pierde objetividad y cae sólo en la '*declaracionitis*', que deriva en una mirada superficial de la actividad.

Dicho de otra manera: “El periodista deportivo... se olvida con frecuencia de su responsabilidad profesional, apenas sirve a la información y cae en el entusiasmo fácil, en los juicios particulares y en la crítica sin fundamento”.³⁵

Pero no sólo tiene que ver la actitud y responsabilidad del periodista deportivo, sino también la inercia de los medios de comunicación, ya sea impresos o electrónicos, en cuanto a la contratación de personal, pues tienden a reclutar personas que han vivido ligadas a un deporte en específico y las presentan como especialistas en tal o cual materia.

³⁴ Antonio Alcoba, *op., cit.*, p. 42.

³⁵ Néstor Hernández Alonso, *El lenguaje de las crónicas deportivas*, Madrid, Cátedra, 2003, p. 16.

La lista es larga, por ejemplo, los ex porteros Jorge Campos con *Tv Azteca* y Raúl Orvañanos, con *Fox Sports*, han continuado sus carreras de deportistas como comentaristas aunque, debido a su escaso vocabulario –sobre todo el de Jorge Campos—, poco aportan para lo que el público espera (o debería) escuchar o leer respecto al fútbol.

Otro caso que también expone dicha situación es el del ex boxeador Julio César Chávez, quien viajó como parte del equipo de *Tv Azteca* durante los Juegos Olímpicos de Atenas 2004. Una de sus tareas fue narrar –acompañado por un comentarista de la televisora-- la pelea del mexicano Abner Mares contra Zsolt Bedak de Hungría, la cual terminó a favor de éste último.

El escenario fue un caos: el ex boxeador se exaltó, maldijo a los jueces bajo el argumento de un ‘robo de pelea’ y aunque le quitaron el micrófono, sus palabras altisonantes ya habían sido escuchadas por miles de aficionados.

Pocos de los ex deportistas logran expresarse con claridad ante las cámaras o micrófonos, así como son pocos los que llegan a desarrollar una columna bien escrita o sin la ayuda de un editor. No obstante su relación de amistad con el medio de comunicación provoca que se le disfrace como periodistas.

2.3 Prensa Deportiva: panorama general

Desde su introducción en los diarios, el deporte significó un negocio. Al menos ese fue el principal motivo por el que los propietarios de los periódicos a finales

del siglo XIX decidieron abarcar dicho tema pues la ciudadanía reflejaba un creciente interés, lo cual daba como consecuencia el movimiento de enormes cantidades de dinero.

“Los primeros periódicos deportivos conocidos nacieron en Inglaterra: *The Sports-man* –después conocido como *Sporting Life*--, en 1880; en Francia *Le Vélo*, en 1891; en Italia, *Verde e Azzurro*, en 1904; en España el periódico deportivo decano es *El Mundo Deportivo*, fundado en 1906 por Jaime Grau Castellá y comprado luego por *La Vanguardia*”.³⁶

Al mismo tiempo también revistas como la francesa *Journal des Haras* –dedicada a temas hípicas— y las españolas como *El Cazador* (1856), *El Colombaire* (1886), así como *La Revista Ilustrada de Sports*, marcaban la tendencia e interés por el deporte en ese momento.

Se dice que gracias a la restauración de los Juegos Olímpicos (Atenas 1896) el interés por la información deportiva tuvo un auge significativo. “Pero el impulso mayor se consiguió en los III Juegos Olímpicos de 1908, en Londres, con las transmisiones de los mismos a todo el mundo, por medio del telégrafo. Fue en los juegos de Estocolmo 1912, cuando se organizó el primer ‘pool’ fotográfico, cuya responsabilidad era el envío de imágenes a todos los medios impresos que los solicitaran”.³⁷

Ya en el siglo XX, tanto la radio como la televisión comenzaron a competir con los medios impresos en materia deportiva. En 1921 la KDKA fue la primera estación de radio que consiguió retransmitir –de manera clandestina y en

³⁶ *Ibid.*, p. 37.

³⁷ Antonio Alcoba, *op. cit.*, p. 64.

directo— una pelea de boxeo entre Dempsey y Carpentier, con lo que 200 mil personas pudieron escuchar el suceso al mismo tiempo de acuerdo a Alcoba.

Para 1936, la televisión transmitió parte de los Juegos Olímpicos de Berlín y a partir de entonces se convirtió en lo que es ahora: un reemplazo de las lecturas dadas sus características pues ofrece imágenes directas e inmediatas llenas de color y en movimiento.

“El deporte televisado ocupa horas y horas de los programas diarios de las cadenas y, según los expertos publicitarios, para finales del siglo XX y comienzos del XXI, los espacios destinados al deporte pueden llegar a ocupar el 50 por ciento de la programación, al margen de los canales exclusivos dedicados por completo a este género en específico”.³⁸

Desde su aparición en los medios, el deporte ha ganado terreno conforme avanzan los años. En lo que va del siglo XXI, su presencia es evidente ya no sólo en prensa, radio y televisión, sino también en Internet, un nuevo canal que llegó a competir de manera contundente con los medios tradicionales.

De hecho, según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) A.C., hubo un crecimiento histórico de los usuarios de la red entre el 2005 y el 2007, pues la cifra de 17.2 millones de personas se elevó a 22.7, e incluso es más precisa:

Ante la pregunta acerca de “¿qué medio consideras indispensable actualmente?” –publicada en su estudio de abril del 2007--, las respuestas de los mexicanos fueron:

³⁸ *Ibid.*, p. 65.

- 92% Internet
- 81% celular
- 60% televisión
- 32% radio
- 30% periódico
- 19% revistas.

De esta manera, puede decirse tres años después el negocio continúa a la alza ya que actualmente el deporte se ha ganado un espacio importante en los medios de comunicación a nivel internacional.

Y aunque son sobre todo los Mundiales de Futbol así como los Juegos Olímpicos las disciplinas o eventos que generan el mayor interés global, las demás actividades complementan el quehacer de los medios para hablar sobre lo que, incluso, llega a rebasar la atención de la población en otro tipo de información.

De hecho, sobre todo los lunes, la información deportiva abarca casi la mitad de las ediciones de información general, ya sea escritas o electrónicas. La aparición de programas radiofónicos así como programas de televisión dedicados en su totalidad al tema de deporte, son la muestra.

Sin embargo, esa necesidad de cubrir espacios así como la poca investigación sobre temas deportivos y la necesidad de vender, conllevan a la banalidad de la información deportiva en la mayoría de los casos, situación que se estudiará más adelante con el perfil del periodista deportivo.

2.3.1 Prensa Deportiva, panorama en México

La historia de la prensa deportiva en México se remite al siglo XIX. De acuerdo a Santiago Fridman, el nacimiento del periodismo deportivo mexicano abarca un lapso de 16 años (1882 a 1897) aunque tuvo antecedentes claros:

“En 1870 la actividad deportiva habría de registrar un repunte notable... Las prácticas más comunes fueron la gimnasia, la esgrima, los ejercicios ecuestres, la natación, el jaripeo, la lucha...”³⁹

Y aunque fue sobre todo a la gimnasia y ejercicios ecuestres a los que se les dedicó espacio en periódicos como *El Monitor* y *El Siglo*, el gran impulso del periodismo deportivo se dio en 1880 con el desarrollo telegráfico.

“Las carreras de caballos eran sobre todo las que eclipsaban a la mayoría de los ámbitos deportivos y se preparaba para asumir las riendas del periodismo deportivo nacional, el cual se sistematizó a partir de la inauguración del Hipódromo de Peralvillo”⁴⁰, esto en 1882.

De esta manera, Fridman señala que luego de la fundación de dicho Hipódromo, las redacciones de los diarios de México pudieron tener por primera ocasión una fuente de deportes de manera sistemática. A partir de entonces, cuenta, las notas deportivas comenzaron a ser frecuentes.

³⁹ Santiago Fridman; Pablo Aníbal, Tesis: *El nacimiento del periodismo deportivo en México (1882-1897)*, Mexico, UNAM/FCPyS, 2001, p. 33.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 41.

Al tiempo que hubo quien se interesara por redactar las notas deportivas como Enrique Chavarri 'Juvenal' –a quien Fridman considera el 'primer cronista deportivo mexicano'--, surge la primera publicación deportiva de ese entonces (1882) *La Gaceta Hípica*.

Sin embargo, la pasión que en un principio incitó a distintos reporteros a hablar de las actividades hípicas, se empantanó, no obstante la importancia de la construcción del Hipódromo de Peralvillo ya se había escrito.

Fue entonces cuando otras disciplinas –como ciclismo, jaripeo, jai alai, tiro, atletismo y boxeo-- se volvieron atractivas por lo que un nuevo diario, *El Mundano*, quizá la primera publicación deportiva mexicana que se haya vendido al público de acuerdo a Fridman, apareció.

Mientras que, como se dijo anteriormente, en el mundo los deportes ya eran ediciones completas (a finales del siglo XIX), el desarrollo del periodismo deportivo mexicano aún dependía de dicha información y una que otra ocasión de la producida en el ámbito local.

Los cambios no tardaron en llegar. De acuerdo a Fridman, el enriquecimiento gráfico de la información –cuando *El Universal* publica '*Para Caballeros*' ilustrado con imagen y texto— dio a la prensa deportiva un nuevo rostro.

El interés de los medios hacia el deporte obvió sus expectativas pues Fridman habla de que en 1895 se vivió una explosión deportiva, misma que se reflejó en la construcción de varios inmuebles para disciplinas profesionales y en un sobrado cumplimiento de la prensa.

Fue a partir de entonces que, tanto empresarios dueños de medios de comunicación como los gobiernos en turno, han dedicado parte de su tinta y presupuesto a sacarle jugo al negocio deportivo. La importancia del deporte dentro de la sociedad desde ese momento terminó por cristalizarse con la creación de *The Mexican Sportsman*, la primera revista nacional de deportes en el país --con influencia estadounidense--, por lo que se catapultó el principio del futuro nacimiento de ediciones especializadas en deportes.

De hecho, tres de los diarios más antiguos del siglo XX especializados en deportes como *La Afición* (1918), *Esto* (1941), y *Ovaciones* (1947), aún permanecen en el mercado.

2.3.2 La Prensa Deportiva moderna

Aunque en un inicio la presentación de los diarios y revistas deportivas no significaba una prioridad, la evolución de los mismos ha sido continua. Ya no sólo basta con presentar texto e imagen —como *El Universal*— sino que el color, la calidad del papel y el diseño gráfico marcan la pauta del periodismo actual.

Ha sido sobre todo a principios del siglo XXI cuando nuevos y mejor diseñados diarios deportivos llegaron a revolucionar la manera de vender al deporte, aunque no por eso significa que sean mejores en contenido.

Basados en la infografía —que consiste en gráficos de apoyo con información que complementan el sentido del texto-- , así como en el fotoperiodismo —que se

sirve de imágenes vivas para explicar la noticia--, y ayudados por los anuncios publicitarios, los periódicos lucen en ocasiones parecidos al concepto de una revista. El ejemplo más claro es la edición deportiva *Récord*.

Entre otras nuevas impresiones dedicadas cien por ciento al deporte, están *Cancha* (2005) –del periódico *Reforma*— y *Estadio*. Sin embargo, es sobre todo el *Récord* que, con un tiraje de 100 mil copias aproximadamente, ha desplazado a medios tradicionales por una característica a la que el mismo director del diario, Alejandro Gómez, la llama: ‘infoentretenimiento’.

En cierta forma desde su aparición, diarios considerados ‘tradicionales’ como *La Afición*, *Esto* y *Ovaciones*, perdieron público cautivo ya que tanto el diseño, el papel –importado de Finlandia--, como el color de la mencionada edición acaparan las miradas de los lectores.

El diario deportivo *Récord* está dirigido a un público joven a quienes les ofrece textos digeridos en las notas principales de no más de 2 mil 500 caracteres, complementadas con notas secundarias de mil, así como apuntes y frases llamadas “*Ha dicho*”.

De esta manera, los reportajes de investigación suelen ser dispersos o reducidos a un simple trabajo poco profundo que, a su vez, denota cierta subestimación hacia el lector por parte de los directivos pues son ellos quienes determinan los estándares de lectura de su público y parten de una filosofía: “La gente no lee”⁴¹.

⁴¹ Esta información ha sido redactada con base en mi experiencia profesional dentro del diario deportivo *Récord* como reportera de fútbol, así como de reportajes especiales.

Aunado a ello, en varias ocasiones --sobre todo los fines de semana cuando se imprime a 80 páginas-- *Récord* sacrifica notas o reportajes por otorgarle dicho espacio a anuncios publicitarios. Tan sólo una plana completa cuesta 180 mil pesos.

El *Récord* es un éxito comercial, que puede ser comparable con el del diario deportivo argentino *Olé*, a partir de la descripción de Sergio Levinsky: Ambos encuentran poca competencia en su ramo, tienen la capacidad de que sus periodistas cumplan con amplias coberturas en los lugares donde se produce el acontecimiento y además exhiben un correcto diseño. “Lo extraño hubiera sido no tener éxito”.

A su vez el periodista cita a un colega llamado Elio Rossi: “hay que reconocer la incidencia de la pauta publicitaria. Los dueños de los medios no se preguntan por los contenidos... se basan en las mediciones de raiting y tandas, y si lo que vende más son los programas deportivos, ellos hacen programas deportivos”.⁴²

En febrero del 2007, un estudio realizado por el Buró de Investigación de Mercados (BIMSA) --asociado con Ipsos en el 2000--, dio a conocer que a partir de un estudio en el que se llevaron a cabo un total de 36 mil entrevistas en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, los periódicos deportivos más leídos fueron: *Récord* (281,015), *Esto* (251,214), *Ovaciones* (63,913), *Cancha* (20,447), *Marcador* (7,158). El diario *Estadio* no puntuó en la lista del 2006. Lo anterior

⁴² Sergio Levinsky, *El deporte de informar*, Buenos Aires, Paidós, Estudios de Comunicación, 2002, p. 82.

demuestra el dominio del diario de la *Editorial Notmusa* en contraste con los de mayor antigüedad como son *Esto* y *Ovaciones*.⁴³

Sin embargo, desde *Récord* hasta el periódico deportivo menos leído, fijan sus barreras a partir de dos premisas fundamentales, una de forma y una de fondo:

La primera es el trato cada vez más privilegiado que recibe la información de fútbol soccer (que acapara los espacios principales y el 95% de las notas de ocho columnas que se publican anualmente en la prensa especializada en deportes).

La segunda es igual de grave. Los medios no sólo se dedican a tratar temas futbolísticos sino que lo hacen con frivolidad y provocan que la prensa no cumpla con su papel fundamental de fiscalizador de las injusticias, en este caso deportivas.

De hecho, desde hace seis años, los equipos de fútbol del Distrito Federal llamados ‘grandes’ como América (de Televisa), Cruz Azul y Pumas han condicionado las entrevistas exclusivas de sus miembros, quienes sólo pueden dar declaraciones a los reporteros en una sala de prensa. Con ello, limitan aún más la rutinaria tarea de los encargados de difundir información.⁴⁴

El fútbol, que nació en la burguesía inglesa alrededor de 1863, fue adoptado desde sus inicios por las clases obreras pues siempre existió un sentimiento de pertenencia. No obstante, con el paso del tiempo, el dinero le dio un giro a dicha disciplina: los equipos o clubes se convirtieron, en el caso de México, en

⁴³ s/a, “Estudio general de medios (EGM)”, periódico *Récord*, s/año, s/núm., sección “La última”, viernes 16 de febrero, 2007, p. 40.

⁴⁴ Esta información ha sido redactada con base en mi experiencia profesional dentro del diario deportivo *Récord* como reportera de fútbol, así como de reportajes especiales.

empresas que no reportan sus estados financieros, pues al mismo tiempo consorcios audiovisuales (como *Televisa*, por ejemplo) se acercaron y adueñaron del espectáculo.

De esta manera, desde hace dos décadas: “El fútbol no ha perdido su papel de fascinación e incluso ha penetrado en círculos ajenos, como la mujer, pero se adivina un distanciamiento cada vez mayor del aficionado, que siente que el juego ya no le pertenece, convertido en un simple invitado del espectáculo diseñado por los dueños del dinero... todo se ha vuelto fugaz y mercantil”.⁴⁵

En resumen, ésta es la tendencia de los medios actuales. No existe un diario deportivo crítico (más que cuando desean vender) y hay quienes aún practican la vieja costumbre del ‘chayote’.

El periodismo deportivo en México debe colaborar a descubrir los vicios del deporte con el propósito de mejorar la calidad de información destinada a la gente interesada en el tema.

⁴⁵ Nestor Hernández Alonso, *op. cit.*, p. 43.

CAPÍTULO III

El basquetbol como suceso noticioso en México

En el presente capítulo se pretende hacer un breve recuento sobre la historia del basquetbol en México, tema medular de la revista *Puro Basketball*. Con base en el apoyo de la escasa bibliografía existente, notas periodísticas, entrevistas realizadas a distintos protagonistas involucrados en la materia, así como en algunos relatos personales basados en mi experiencia como jugadora y como periodista deportiva, se intentará dar desarrollo al siguiente capítulo.

3.1 Momentos relevantes

El basquetbol tiene más de cien años de historia. Es uno de los pocos deportes que, además de poseer la cualidad de conservar los detalles acerca de sus orígenes en Estados Unidos, se mantiene como una de las actividades más populares y comercializadas en casi todo el mundo.

A continuación se hará un breve recuento de cómo y dónde se originó dicha disciplina para luego relatar cómo es que al pasar por México el basquetbol se quedó tanto en los pueblos, calles, escuelas, trabajos hasta la fecha dándole a

miles de aficionados sueños que sólo pueden vivir dentro de la frontera de una cancha.

3.1.1 Massachusetts 1891, nace el basquetbol

En la actualidad, pensar en un equipo de basquetbol de nueve atletas que compitan contra otros nueve dentro de la misma cancha suena inconcebible. Sin embargo, hace más de cien años fue con esa multitud como dio inició el primer partido de basquetbol.

El deporte de conjunto que se juega con el balón más grande, fue inventado en 1891 por James Naismith. Nacido en Canadá y profesor de educación física del Colegio de Springfield, Massachusetts —que a su vez pertenecía a la escuela internacional de misioneros de Cristo Young Men’s Christian Association (YMCA) y también era conocido como escuela de entrenamiento--, Naismith creó por encargo un deporte que pudiera jugarse dentro de un salón dadas las condiciones del invierno:

“...after his superior, Dr. Luther Gulick, ordered him to do something to keep young men out of trouble between football and baseball seasons. The boys in the class were almost out of control; two of the school’s instructors had flatly refused to face them”.⁴⁶

⁴⁶ Walter LaFeber, *Michael Jordan and the new global capitalism*, New York, W.W, NORTON & COMPANY, 2002, 33 p.

“...luego de que su superior, el doctor Luther Gulick, le ordenara hacer algo para mantener a los jóvenes fuera de problemas entre las temporadas de futbol americano (que terminaba al mismo tiempo que el otoño)

La idea original del profesor Naismith era sólo una base de lo que hoy se conoce como basquetbol, sin embargo aun mantiene su esencia por lo que a continuación se mencionarán algunas estampas del pasado y del presente. Cada equipo tenía nueve jugadores o hasta 50, el balón era el mismo que el de fútbol y las metas, que eran canastas de duraznos, además de estar cerradas fueron colocadas a diez pies de altura (3 m. 05 cm. aproximadamente).

“En 1897 se concluyó que cinco (jugadores) bastarían. La pelota que se utilizó hasta 1894 fue la de soccer, u ocasionalmente la de rugby, con sus obvias desventajas”.⁴⁷

Actualmente, el basquetbol se juega con dos equipos de cinco personas dentro de una cancha que mide 24 x 15 metros (o 26 x 14 mínimo); los aros sólo tienen una red por donde el balón atraviesa y cae; los tableros están colocados a tres metros, 5 cm. de altura y el balón que durante un tiempo era de caucho --hasta que Spalding manufacturara las pelotas oficiales en 1898--, hoy es ligero (de 600 grs. o 650 como máximo) y de material sintético o piel.

Ya sea como “Basket Ball” o como “Basketball”, dicho deporte adquirió popularidad desde el primer partido de exhibición que Naismith ofreció en el Young Men’s Christian Association el 20 de enero de 1892 con nueve jugadores, en una cancha sólo la mitad del tamaño de una actual.

y el beisbol (que daba comienzo en primavera). Los jóvenes en la clase estaban casi fuera de control; dos de los instructores del colegio se habían rehusado a hacerse cargo de ellos”. Traducción personal.

⁴⁷ Alfredo Michel, *EUA y los deportes: una historia paralela*, México D.F., Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Fideicomiso para la Cultura México/USA, 1994, 243 p.

Aún gana el equipo que encesta la mayor cantidad de puntos, aunque depende de la distancia del aro (o la situación en la que se enceste), el tiro puede valer uno, dos o hasta tres puntos.

Naismith inventó el deporte basquetbol, sin embargo, fue uno de sus alumnos quien le dio la idea del nombre “Basket Ball”, que según LaFeber se convirtió en una sola palabra hasta 1921.

A pesar de que durante la época en la que se inventó el basquetbol, el rol de la mujer en la mayor parte del mundo era considerado como no apto para tareas masculinas, la profesora de educación física del Smith College, Senda Berenson, modificó las reglas del doctor Naismith para adaptarlas al sexo femenino de ese colegio tan sólo tres meses después que los hombres ofrecieran el primer partido oficial, con lo que el deporte alcanzó aún mayor popularidad.

La diferencia de ritmo entre un encuentro femenil y uno varonil siempre ha sido notable, sin embargo en aquel entonces la protección para las competidoras al momento del partido así como el público que podía verlas jugar, eran también particulares:

“When the Smith women learned the game, the only male allowed to match was the collage president, one of supposed sufficient dignity and age as to avoid unwholesome thoughts while watching graceful female athletes”.⁴⁸

⁴⁸Walter LaFeber, *op. cit.*, p. 35. “Cuando las mujeres de Smith aprendieron el juego, el único hombre permitido para observar el encuentro fue el presidente del colegio, considerado como el único con la suficiente dignidad y edad como para evadir cualquier pensamiento mientras observaba a las agraciadas atletas femeninas”. Traducción personal.

Poco a poco el nuevo deporte, fácil y rápido de aprender, convenció no sólo a los norteamericanos sino a los inmigrantes que llegaban a habitar dicho país; judíos, afroamericanos, irlandeses, ingleses, mexicanos, etc. adoptaron la actividad no sólo en los crudos inviernos sino en sus lugares de trabajo, en las calles durante los veranos dada la practicidad de obtener los implementos necesarios para competir.

Esa ola de inmigrantes –que entró a Estados Unidos entre 1890 y 1914— fue la principal promotora de la nueva disciplina. El proceso de difusión iba en crecimiento, pero no estaba solo; un acontecimiento al que Eduardo de la Vega llama “fenómeno asociativo” también influyó:

“...la fundación de los clubes, hacia la década del veinte, comenzaba a generalizarse... El club proviene de la cultura asociativa que progresó hacia comienzos del siglo XX, especialmente en los sectores populares. Allí fueron elaborados todo un conjunto de valores vinculados a la ayuda mutua, al trabajo, a la educación, al ocio de las clases trabajadoras...”⁴⁹

De esta manera, la expansión del basquetbol dentro de Estados Unidos fue inminente. De la mano de la *YMCA*, el deporte del balón naranja se hizo tanto de aficionados como de críticas debido a la rudeza de sus reglas pues, según cuenta LaFeber, en ocasiones las audiencias se tornaban violentas sobre todo contra los árbitros quienes marcaban reglas desconocidas. Aun así el basquetbol siguió creciendo:

⁴⁹ Eduardo de la Vega, *La gloria del basquetbol. Genealogía del Dream Team argentino*, Rosario-Santa Fé, Argentina, Homo Sapiens Ediciones, 2006, 33-34 pp.

“During the 1890s, the YMCA took over the game and spread basketball up and down both coasts... As historian Keith Myerscough phrased it, YMCA officials began to recoil from Naismith’s “Frankenstein-type monster” that was now creating havoc in certain quarters”.⁵⁰

La popularidad del basquetbol permanece hasta la fecha –así como la mayoría de sus reglas básicas-- y aunque este deporte no es reconocido ni en su propio país como el número uno (como el futbol americano), sí es notable su desarrollo a nivel mundial pues miles de personas lo practican con lo cual estimulan diversas situaciones sociales positivas.

Finalmente, cabe mencionar que como deporte inventado, el de Naismith es un reflejo de su propia sociedad y en este caso la estadounidense tiene varias facetas. De acuerdo a Alfredo Michel, éstas son:

“...ejercicio, espectáculo, deporte, oportunidad de desarrollo personal, excusa para el comercio, escaparate de lo sobrenatural y plaza del ridículo, orgullo y circo, pasatiempo dominguero de traspatio, engaño masivo y asombro ineludible, ilusión de niños y negocio redondo; sueño. Y efectivamente norteamericano”.⁵¹

3.2 Se abre cancha

⁵⁰ Walter La Feber, *op. cit.*, p. 35. “Durante finales de 1890, la YMCA se hizo cargo y expandió el basquetbol arriba y abajo en ambas costas... Como el historiador Keith Myerscough mencionó, los oficiales de la YMCA comenzaron a rechazar las reglas tipo “mounstro Frankenstein” de Naismith que estaba creando desorden en ciertos cuartos...”. Traducción personal.

⁵¹ Alfredo Michel, *op. cit.*, p. 241.

México fue uno de los primeros países que adoptó el basquetbol casi una década después de su invención gracias a la cercanía con Norteamérica. De hecho, la historia comienza con un debate, de acuerdo con LaFeber:

“Historians have discovered that for two thousand years the Mayas and Aztecas played a game in which a large ball was to be passed through a ring at the two ends of the court The losing team’s leader was sometimes sacrificed to the gods”.⁵² Sin embargo, él mismo destaca que no existe prueba de que el legendario profesor James supiera sobre tal antecedente.

Otro debate, pero éste respecto al lugar donde se jugó el primer partido de basquetbol en el país --ya con base en las reglas de Naismith--, también es vigente.

Una de las voces más respetadas de México es el periodista Leopoldo “Charro” González, quien defiende la idea de que la llegada del basquetbol a México fue por Puebla, mientras que le adjudica a la YMCA la difusión de la disciplina. A continuación se detallan ambos argumentos.

En entrevista con González, quien dice ser hijo de “el primer mexicano que tuvo carnet internacional para arbitrar basquetbol durante 36 años”, cuenta que “el primer partido que se jugó en México fue en agosto de 1902 en Puebla, dentro del Instituto Metodista Mexicano que en aquella época se ubicaba en la calle de Damaris número seis”.

⁵² Walter Lafeber, *op. cit.*, p. 34. “Historiadores descubrieron que durante dos mil años los Mayas y Aztecas jugaban un juego en el cual una pelota larga debía ser atravesada a través de un anillo colocado en los extremos de una cancha. El equipo perdedor era sacrificado en algunas ocasiones a los dioses”. Traducción personal.

Y continúa “el profesor Guillermo Spencer, que estudió en la Universidad de Springfield Massachussets -- donde se creó el basquetbol--, vino a México con motivo de una festividad en Puebla y con sus alumnos organizó una cancha de basquetbol de tierra, además de hacer los tableros a mano para efectuar el partido. Podríamos decir que él fue el primer árbitro y organizador de un evento de basquetbol muy interesante. Lamentablemente después de ese encuentro ni en Puebla ni en ningún otro estado de la República se difundió el basquetbol”. El primer partido de basquetbol es hijo de una casualidad. Un año después el baloncesto se instalaría de forma organizada gracias a otra institución.

El mismo González, quien en alguna ocasión escribió el único libro del que se tiene registro acerca del basquetbol mexicano –aunque no consiguió editorial que lo apoyara para su publicación masiva--, reconoce que “es la YMCA a la que realmente se le debe que el basquetbol haya vivido sus mejores épocas”.

Mientras Naismith inventaba el baloncesto en Massachusetts, la YMCA se establecía en México. Pero fue hasta once años después (enero de 1903) que organizó el primer partido de baloncesto. Con el propósito de continuar con su expansión, la Asociación Cristiana de Jóvenes a cargo del joven George Ira Babcock, mantenía sus objetivos claros: inculcar la religión así como la educación física en niños y jóvenes.

Una vez establecidos en la calle de Puente de Alvarado número cuatro en “una amplia residencia con patio adoquinado rodeado de columnas de cantera pulida”, según describe el autor del libro de la YMCA, se llevó a cabo uno de los primeros complejos deportivos más reconocidos de la época:

“El claro de luz de dicho patio fue cubierto con una sólida y gran tarima de madera. Ese piso de madera servía a la vez de techo al patio, y se utilizó como salón para jugar billar ... El piso del patio se recubrió con duela y formaba el piso del gimnasio, y se le agregaron los primeros aros sin tableros para jugar al básquetbol en México”.⁵³

En ese año, 1903, el mismo James Naismith recomendó a su ex alumno Richard Williamson como una persona adecuada para fortalecer la YMCA en México, así como para auxiliar a Babcock en cuestiones secretariales pero, sobre todo, en la materia de Educación Física. Una vez integrado a la “Y” uno de los jugadores estrella del creador del basquetbol hizo todo lo posible por transmitir a los mexicanos sus conocimientos en la disciplina:

Pronto el método de Williamson para promover el basquetbol dio resultados: ... “instituyó que, al terminar cada una de las clases de gimnasia, se continuara con clases de basquetbol. Los participantes organizaban equipos formados por cuatro jugadores cada uno para competir entre ellos en ese nuevo deporte”.⁵⁴

El hombre que realmente le dio vida al basquetbol en México sumó una variante más a la lista de actividades que desde hacía dos décadas se estrenaban en la nación: Por un lado, los cambios relevantes de la Revolución Industrial y del uso de la energía eléctrica y, por el otro, la explotación petrolera y el desarrollo de los ferrocarriles. Lo anterior, se tradujo en una mayor fluidez de extranjeros

⁵³ Carlos Sánchez Marín, *YMCA México 1891-2006*, México D.F., Artes Gráficas Panorama, 2007, p. 30.

⁵⁴ *Ibid.*, p. 39.

--especialmente ingleses, holandeses y norteamericanos, según Carlos Sánchez--, quienes enseguida se instalaban en el país como empleados de las compañías transnacionales que realizaban esas actividades.

De acuerdo a la misma idea del autor de la historia de la “Y”, una vez que los extranjeros se organizaron, buscaron realizar actividades que acostumbraban en su país. Fue así como la celebración de un primer partido de basquetbol se registró el 10 de marzo de 1906. Los equipos participantes fueron: *El Independiente* (formado por Edwards, J. S. Millar, Taylor e Hajar); el equipo Rovers, (Sharpe, Hughes, Nash y McKintos). Otro de los equipos era el Big-4 (O´Bert, Burrows, Alchler y Has), y el equipo Águila (Dunkan, Ortiz, Coter y L. Rabb).

Como puede observarse, a pesar del joven desarrollo del baloncesto, sólo una minoría tenía acceso a los balones y los tableros, pues las instalaciones de la “Y” sólo podían ser aprovechadas por los socios: “La mayoría era de familias estadounidenses o inglesas, y los menos de alta sociedad mexicana”.⁵⁵

De acuerdo con Leopoldo González, los mexicanos de todas formas practicaban la novedad deportiva pues “éstos jugaban en una canchita de tierra que se llamaba “Reforma” y estaba ubicada donde ahora se encuentran las oficinas centrales del Seguro Social”.

Otro acontecimiento que también presentó al basquetbol en su primera etapa, fue el partido de exhibición con el que se conmemoró el centenario de la lucha de la independencia en México y que el presidente de ese entonces, Porfirio

⁵⁵ *Ibid.*, p.32.

Díaz, pudo presenciar. El encuentro se llevó a cabo en el primer “rascacielos” o edificio de cinco pisos en Balderas y Morelos, que Díaz mandó construir para el festejo.

El acontecimiento, según narra González, marcó al basquetbol pues en pocas palabras “se inauguró el primer gimnasio techado de la ciudad. Lamentablemente tiempo después alguien de la “Y” vendió ése edificio al periódico Novedades”.

Poco a poco el basquetbol fue una semilla que comenzó a regarse en el país. Entre 1915 y 1917 la “Y” también se instaló en Chihuahua, uno de los estados de la República donde más se practica el basquetbol en la actualidad y, en consecuencia, de donde han surgido algunos de los mejores jugadores del país como Eduardo Nájera, único basquetbolista mexicano que hoy juega en la NBA. De hecho, precisamente en Chihuahua, se celebró el primer partido oficial entre la YMCA y el Instituto de ese Estado. Era 1920. Entre las fotografías recopiladas por Carlos Sánchez en su relato histórico de la “Y”, se encuentran las del equipo femenino de Chihuahua *Adelitas*, conjunto de mucha tradición, así como los *Dorados*, de la rama varonil.

Desde 1915 los nombres de mexicanos comenzaron a surgir, entre los cuales destacaron “Guillermo Rojo de la Vega, “El Gallo”, Arturo Salazar, Bolestier, Villa, “El Viejo” Alfonso Rojo de la Vega (quien después se distinguió como entrenador), José del Río, Juan Ramón Martínez, Alfredo B. Cuellar, el Dr. Arnulfo Bravo, Martorel, Banuet y Liconda. Tiempo después tanto Cuellar como Rojo de la Vega formaron parte del Comité Olímpico Mexicano (COM).

De acuerdo con el “Charro” González: “El primer campeonato nacional se jugó en la cancha de la “Y” en 1919. Entre el Club *Atlas* de Guadalajara –que fue el primer campeón nacional— y un equipo que se llamaba *Sinaloa* que era gente de por ese rumbo”.

A partir de entonces, el basquetbol creció al ritmo del bote del balón. De la mano de personajes como el Profesor Enrique C. Aguirre, otro de los egresados del Colegio de Springfield, quien además de ser director de educación física de la “Y”, ayudó al deporte del país en los tiempos libres pues formó la “Asociación del Basquetbol Varonil” y también fue miembro fundador del Comité Olímpico Mexicano (COM) en 1923 y más tarde de la Confederación Deportiva Mexicana (CODEME) en 1932.

No sólo el basquetbol adquirió cierta formalidad a nivel nacional, sino también lo hizo el deporte en general pero a nivel internacional: México participó por primera vez como potencia dentro de la VIII edición de los Juegos Olímpicos de 1924 en París. Sólo doce años después (1936), la selección mexicana de basquetbol obtuvo medalla de Bronce en Berlín, lo cual significó el primer y único momento más importante de dicha disciplina a nivel internacional.

A esas alturas, parecía que la selección mexicana hacía sólo movimientos de pies perfectos a la historia:

“Fue tal el éxito del basquetbol en la *YMCA*, que el equipo que participó representando a México en la olimpiada celebrada en Berlín en 1936, obtuvo el

tercer lugar con medalla de bronce. En su mayoría estuvo formado por jugadores formados en las YMCA de México y de Chihuahua...”.⁵⁶

La competencia que era cada año mejor organizada, se notaba a pasos agigantados en el nivel del basquetbol internacional. El basquetbol mexicano no se quedó en la banca: un segundo conjunto mexicano logró colocarse en una cuarta posición durante los Juegos Olímpicos de Londres 1948. Pero nadie recuerda los cuartos lugares.

Veinte años después, en los Juegos Olímpicos de México, la selección de baloncesto alcanzaría el quinto lugar, su último resultado destacable en la élite mundial. Para los buenos resultados de esa selección coincidieron dos de los jugadores más exitosos en la historia del basquetbol nacional: Arturo Guerrero y Manuel Raga.

3.2.1 Las figuras

A continuación se hará una breve estampa acerca del paso por las duelas de ambos jugadores, así como algunas citas breves tanto de sus opiniones como de quienes los vieron jugar.

Manuel Raga: Nació en Villa Aldama Tamaulipas, de 1.88 de estatura, participó en tres Juegos Olímpicos (Tokio 64, México 68 y Montreal 76). Promedió entre 30 y 35 puntos por partido. Fuera de México jugó para el Ignis Varese de Italia

⁵⁶ *Ibid.*, p.41.

(1968-1973) donde obtuvo tres Ligas Italianas y tres Copas de Europa. En ese lapso fue designado en dos ocasiones mejor jugador de Europa. También jugó en Lugano, Suiza.

Raga fue el primer mexicano y el primer extranjero al que se le ofreció un contrato para jugar en la National Basketball Association (NBA), aunque no lo firmó.

En entrevista para la revista Proceso en 1997, Raga contó a Rafael Ocampo las razones de su rechazo a la NBA: “Porque me pagaban más en Italia. Los tiempos han cambiado mucho y es otro el dinero que corre ahora en la NBA. Era un contrato por 40,000 dólares, y en Italia llegué a ganar hasta 90,000. Dino Meneghin, por ejemplo, llegó a 500,000 dólares en su país. Con 40,000 dólares no vivía, en Italia tenía eso y muchísimos premios, me pagaban la casa, la comida, me daban coche y boletos de avión para toda la familia”.⁵⁷

Con el Ignis de Varese consiguió una media de 20 puntos por partido y por lo menos 10 rebotes. “Se preparaba mucho para cada partido lo cual nos dio esa rivalidad... me dio la oportunidad de crecer mucho, no queríamos dejarnos el uno al otro”. Señaló Arturo Guerrero en *Ludens*, el programa deportivo de Canal 22.⁵⁸

⁵⁷ Rafael Ocampo, “Raga y Guerrero, dos grandes del basquetbol mexicano: `podríamos recuperar el nivel si se termina el divisionismo de los dirigentes’, [en línea], México, Proceso, s/número, domingo 2 de marzo de 1997, Dirección URL: <http://www.accessmylibrary.com/article-1G1-19207829/raga-y-guerrero-dos.html>, [consulta 13 de marzo del 2010].

⁵⁸ Arturo Guerrero, entrevistado por Tlatoani Carrera Martínez, *Ludens*, México, Canal 22, 23:00-24:00 hrs., 23 de septiembre 2009.

“Raga tenía un brinco sensacional para su 1.89, salía en el tablero y se veía la mano de Manuel arriba de los contrarios de 2.02, era impresionante”, cuenta Leopoldo González, el “Charro” para el mismo programa dedicado al basquetbol. Su carrera después de haber jugado en la Universidad de Nebraska, en Brasil, Italia, Argentina y Checoslovaquia, la dedicó un tiempo a ser entrenador. Estuvo al frente del equipo Gigantes de Carolina, en Puerto Rico, entre 1982 y 1987. En 1990, Raga también fue auxiliar de Arturo Guerrero en la Selección Nacional. En el 2005 Raga fue considerado por la Federación Internacional de Básquet Amateur entre los 50 mejores jugadores en la historia de basquetbol mundial. En la actualidad trabaja para el Instituto del Deporte de Tamaulipas.

La diferencia de personalidad entre Raga y Guerrero era notable tanto para el público como para las personas cercanas a ellos. En el libro que trata sobre la vida de Arturo Guerrero, Gustavo Saggiante, ayudante de Agustín García (encargado de la Selección Nacional en 1963), dice de Raga: “...era un jugador excepcional. De trato muy corto y seco, pasaba como un muchacho muy introvertido. Era un deportista muy profesional que estaba muy comprometido con él mismo. Se pasaba las horas tirando a la canasta. Yo creo que su fuerza interna lo llevó a convertirse por varias temporadas, en el mejor jugador extranjero en Europa. Dotado de un dinamismo extraordinario, fue protagonista, con Guerrero, de una rivalidad deportiva que hizo época”.⁵⁹ Incluso agregó que “la afición instigada por la prensa, pronto se agrupó en torno al bando de los “Raguistas” o de los “Guerreristas””.

⁵⁹ Mario Peña Doderó, *Guerrero de la duela*, México, s/editor, 2005, pp. 40-41.

El autor de la biografía de Guerrero, dio su opinión al respecto y consideró que “esta situación jamás se reflejó en detrimento del conjunto. El pique evidente de Arturo y Manuel fue tan bien canalizado, que los convirtió en la dupla más productiva que ha existido en el deporte mexicano”.⁶⁰

Por su parte, Arturo Guerrero también tiene un palmarés destacable: es el mexicano que más partidos internacionales ha jugado, con 1359 y fue considerado cuatro veces en el equipo ideal del continente americano. Con ese currículum cinco equipos de la NBA le ofrecieron un lugar: Cavaliers, Spurs, Rockets, y Knicks. Al final su decisión fue otra. Guerrero confesó nuevamente a *Ludens*:

“No quería dejar de representar a mi país, los sueldos eran diferentes. Quedé campeón (anotador) en los olímpicos de Montreal, quedé segundo, en Panamericanos fui cuatro veces campeón, en Centroamericanos cinco veces”.

Al igual que Raga, Guerrero tampoco quiso jugar en la NBA, pues también consideraba que los sueldos eran similares a los que se pagaban en muchos países –como Brasil e Italia donde sí jugó–, mismas que en la actualidad quedaron muy por debajo de las estratosféricas cifras que la NBA paga a sus atletas.

Asimismo, el ex jugador hizo énfasis en un problema que envolvía a la NBA en ese entonces el cual se trataba de drogas y apuestas, o bien, una mala imagen.

Vale la pena citar su opinión al respecto:

⁶⁰ *Ibid.*, p. 41.

“...Mi razón principal, equivocada o no, fue simple: La selección mexicana. Si un jugador alineaba –aunque fuera un segundo— con un conjunto profesional de Estados Unidos, quedaba vetado de por vida para jugar con su país. Esta drástica medida se abolió hasta 1992, cuando el primer “Dream Team” participó en los Juegos Olímpicos de Barcelona. Yo siempre pensé que tenía la misión de hacer carrera aquí, y participar en toda competencia portando el uniforme azteca. No me veía ajeno a defender sus colores; es algo que siempre llevé en la sangre. Si volviera a nacer y me encontrara en una disyuntiva similar, no lo dudaría nada y volvería a jugar por México”.⁶¹

Tras rechazar a los equipos NBA, Guerrero pasó sus mejores días en el Sirio de Brasil, con el que ganó el Campeonato Mundial de Clubes de 1973. De hecho, Guerrero se convirtió en el segundo mexicano, después de Raga, en conseguir participar en la fase final de un evento de dicha categoría. Hasta el momento ningún otro mexicano ha recorrido el tamaño de dichas duelas.

A pesar de que Raga y Guerrero fueron los mejores jugadores de su época, en la actualidad no existe ningún sitio en Internet que les rinda algún tipo de homenaje, ni siquiera con fotos. Pareciera que México se ha olvidado nuevamente de documentar la historia de sus héroes deportivos.

Con el retiro de sus máximas figuras, el basquetbol mexicano fue devorado por la nada. La última vez que una selección nacional acudió a un Campeonato Mundial fue en Puerto Rico 1974 y la última ocasión que apareció en Juegos

⁶¹ *Ibid.*, p. 92.

Olímpicos fue en Montreal 1976. Aquella ocasión, Guerrero fue el segundo mejor anotador de la competencia, sólo después del australiano Palubinskas.

3.2.2 Las ligas, semilleros de veteranos

Los mejores tiempos se han ido. Luego de más de tres décadas de haberse dado los últimos frutos del basquetbol mexicano, el semillero se secó. México no ha sido capaz de mantener una liga profesional de buen nivel. Los ejemplos ni siquiera alcanzan a ser lista:

El Circuito Mexicano de Basquetbol (CIMEBA), por ejemplo, dirigido por Agustín Villa Córdoba, fue una liga que se fundó en 1970 y duró hasta 2007. Sin embargo, sólo se componía por ocho equipos divididos en dos zonas, insuficientes para albergar a un promedio razonable del total de jugadores del país.

De hecho, poco antes de desaparecer el Cimeba perdió seriedad. De acuerdo al periodista Claudio Martínez Silva del periódico *El Siglo de Torreón*, en un recuento que hace acerca de la problemática comenta:

“Después de muchos años de ser una liga seria y organizada, el Cimeba vino abajo en los últimos años, hasta convertirse en un circuito de dos o tres equipos sólidos y con verdadero nivel competitivo. Las temporadas 2002 y 2001 iniciaron

con ocho equipos, de los cuales terminaron seis, por el retiro de dos antes de la mitad del calendario regular” .⁶²

Y cita ejemplos de la decadencia: “Los Aztecas del Distrito Federal fueron de los que desaparecieron, luego de quedarse sin aficionados en el Deportivo Oceanía, debido a sus acostumbradas derrotas por diferencias mayores de 40 puntos. En la Comarca Lagunera... el conjunto llamado “El Calor”... al mando de Abel Ocegueda jugó en total 104 partidos, de los cuales apenas ganó dos, uno por default frente al Distrito Federal. Esa racha quedó en los récords del basquetbol profesional de México...” .⁶³

El otro caso es la Liga Nacional de Basquetbol Profesional (LNBP) que, fundada en el 2000, comenzó con 11 equipos y hoy se ha expandido hasta veinticuatro. Financiada principalmente por empresarios, la LNBP ha obtenido varios aciertos, entre éstos, ser considerada por la Federación Internacional de Baloncesto Asociado de América (FIBA América) como la Liga oficial del país.

Pero sus logros son cuestionables, pues en la práctica ha ido en contra de las metas que había establecido en sus inicios: “La Liga Nacional de Baloncesto Profesional, una asociación con el objetivo de llevar a través del país lo mejor del deporte más rápido, y producir verdaderos profesionales del baloncesto”, estipula en su página de Internet www.lnbp.com.mx.

⁶² Claudio Martínez Silva, “¿Quién salva al basketball?”, [en línea], México, El Siglo de Torreón.com.mx, martes 22 de octubre del 2002, Dirección URL: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/6211.quien-salva-al-basquetbol.html>, [consulta: 14 de marzo del 2010].

⁶³ *Ibid.*, <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/6211.quien-salva-al-basquetbol.html>, [consulta: 14 de marzo del 2010].

Un ejemplo: en su acta constitutiva la LNBP también pretendía abrir espacios para que los jóvenes basquetbolistas mexicanos tuvieran donde jugar; a nueve años de su fundación, cada equipo puede tener dos jugadores extranjeros en la duela –tres en el equipo-- y el resto de los lugares los ocupan veteranos o jugadores naturalizados. Como resultado, los jóvenes siguen en la banca.

Los extranjeros producen otros problemas en la liga. Omar Quintero, un jugador de los Huracanes de Tampico y de la Selección Nacional, cuenta en entrevista: “En la LNBP un salario mínimo es de más o menos unos 2 mil 500 dólares. El mejor pagado anda sobre los 15 mil y 18 mil dólares. En cambio, en la Selección Nacional no pagan mucho y últimamente pagan muy mal pueden ser tres, cinco o diez mil pesos al mes”, cuenta el sonoreense.

“Incluso en la LNBP los mexicoamericanos --aunque pareciera que son más cotizados-- al contrario, abaratan todo pues juegan por menos dinero por eso los dueños de los equipos los prefieren”, explica el sonoreense dándole la razón a quienes en distintas ocasiones comentan a la prensa lo contraproducente que resulta tener extranjeros en la Liga, como el capitán de la escuadra barretera Marcos "Pipo" Dorado dijo al *Sol de Zacatecas*:

“...la presencia de tantos extranjeros en la LNBP es un éxito para el espectáculo pero un fracaso para el baloncesto local y nacional, pues la mayor parte de los jugadores mexicanos se la pasan sentados en el banquillo y no se puede

completar una selección competitiva que asista a Juegos Olímpicos y copas del mundo, entre otros certámenes internacionales”.⁶⁴

Además de los sueldos, la Liga alberga otro tipo de problemas que van en contra de su propia profesionalización. Francisco Orduño, administrador titulado de la UNAM y ex jugador de los PUMAS y de la LNBP, cuenta acerca de su estancia como jugador de la Liga:

“En la Liga ves de todo. Hay muchos problemas de grillas: Los veteranos no dejan crecer a los novatos ya que está en peligro su carrera. Muchos de ellos sólo viven de ello y nunca estudiaron, ¿me comprendes?

“También te puedes encontrar un grupo de gente muy bueno, o a otros súper cuidados que ni una cerveza toman. Hay de todo; jugadores que sólo vienen por droga y sexo, de éstos hay muchos y son malísimos. Conocí a gente que ni la secundaria estudió, hasta jugadores con doctorados, pero omitiré nombres”.

De vuelta con Omar Quintero, también con experiencia en el basquetbol español (Tau Vitoria, Fórum de Valladolid y Tenerife Rural), entre otros clubes, continúa:

“En el extranjero hay salarios de un millón de euros (19 millones de pesos aproximadamente) por temporada – que dura de seis a diez meses-- o más depende del jugador”, dice mientras la temporada de la LNBP dura cuatro meses (de agosto a noviembre).

⁶⁴ Julio César Lara, “Promedia Marcos ‘Pipo’ Dorado 745 minutos jugados”, [en línea], México, Zacatecas, *El Sol de Hidalgo (El Sol de Zacatecas)*, 17 de febrero de 2010, Dirección URL: <http://www.oem.com.mx/elsoldehidalgo/notas/n1522042.htm>, [consulta 26 de marzo de 2010].

Con un currículum ilustrado de la medalla de plata del Centrobasket 2001, la de bronce del 2003 y con el título del máximo anotador en el Preolímpico de Puerto Rico, Quintero es uno de los más experimentados del cuadro titular mexicano en la actualidad. Sin embargo, sus preseas jamás le dieron un sitio en la NBA.

Su situación no es un caso aislado, pues se une al de miles de jóvenes que con esfuerzos propios no logran ir más allá de jugar en una Liga mal organizada.

A estos hechos se suma un conflicto de 14 años en la Federación Mexicana de Basquetbol; pero esa es una historia que se tratará más adelante. Ahora se abre espacio para los mexicanos más exitosos de los últimos tiempos.

3.2.3 Un mexicano en la NBA

En 1996 la historia del basquetbol de México encestó un tiro de tres: Horacio Llamas, de El Rosario, Sinaloa, hizo historia al llegar a la mejor liga del mundo, la NBA, con el equipo de los Soles de Phoenix, con quienes obtuvo un contrato de diez días.

El sabor de la victoria sólo duró un primer cuarto: Llamas jugó apenas 20 partidos en la temporada 96-97 de los Soles y ocho en la temporada 97-98. Luego se perdió la campaña completa del siguiente año debido a una lesión en el tendón de Aquiles. Jamás pudo recuperar el espacio ganado. De hecho, desde entonces, las lesiones siempre han sido un obstáculo en su carrera como jugador. De todas maneras el camino estaba hecho.

El segundo en llegar a la NBA cuatro años después fue Eduardo Nájera. Nacido en Meoqui, Chihuahua, el actual jugador de los Nets de Nueva Jersey no sólo ha logrado colocarse en la liga con contratos de hasta doce millones de dólares, sino que es el único mexicano que desde hace diez años se mantiene en el mejor nivel del basquetbol.

La llegada de los mexicanos a la NBA se alineó con el cambio de estrategia de una liga que desde que comenzó en 1949 había sido conformada sólo por blancos y que después de los sesenta fue dominada principalmente por afroamericanos.

En los noventa, la liga quiso diversificar su mercado y desde entonces desfilan por sus equipos jugadores como: el alemán Detlef Schrempf, el yugoslavo Blade Divac, el australiano Luc Longley y poco más tarde el chino Yao Ming, el alemán Dirk Nowitzki, el argentino Emmanuel Ginóbili, el español Pau Gasol, entre otros 76 jugadores internacionales hasta el 2009.

“Since 1987, the NBA has expanded into TV sets in 212 countries and 42 different languages around the World... but it still wanted more. `“We´re running out of countries” ´, said Andrew Messik, the NBA ´S señor internacional vice president” (44 The New York Times, December 16 2002).”⁶⁵

Había más: “...recién hacia finales de los ochenta se producirá la gran proyección de la NBA. La llegada del comisionado David Stern, el crecimiento de los canales televisivos deportivos, la guerra entre Nike y Reebok, y el

⁶⁵ Oliver Chin, *The tao of Yao: insights from basketball’s brightest big man*, Berkeley, California, Frog Ltd., 2004, p. 51. “Desde 1987, la NBA se ha expandido en las televisiones de 212 países y 42 lenguajes diferentes alrededor del mundo... pero aún desea más. `Nos estamos quedando sin países´, dijo Andrew Messik, el vicepresidente internacional de la NBA ‘(44 The new York Times, December 16 2002)’”. Traducción personal.

surgimiento del jugador más espectacular de todos los tiempos, Michael Jordan, llevaron a la NBA a su mayor expansión. Stern, gerente de la NBA desde hace dos décadas, transformó un conjunto de franquicias débiles (los equipos de la liga) en un gran holding que mueve ingresos combinados de más de 5 mil millones de dólares, provenientes de innumerables artículos auxiliares y de sus conexiones comerciales, derechos de televisión y entradas”.⁶⁶

La dinámica de expansión mundial de la NBA en México fue un fuego de corta duración: En la década de los noventa, cuando Michael Jordan era la estrella de la Liga, Televisión Azteca transmitía los partidos en horarios semanales y dominicales, bastante flexibles. Con el nuevo siglo llegó también un cambio de política deportiva y los partidos en los que participaba el mexicano Nájera eran transmitidos después de la media noche. Finalmente, Tv Azteca no ha vuelto a difundir partidos oficiales de la NBA.

Entonces la señal abandonó la televisión abierta y debió llegar el relevo de las televisoras por cable: “El NBA All Star 2006 fue transmitido en 44 idiomas, incluyendo, entre otros, Cantonés, Serbio, Tagalog, mientras que varias estaciones de televisión nuevas (Jak TV en Indonesia, LNK y TV1 en Lituania, TV4 Macedonia, Sports+en Malta, TVC en México...), lo transmitieron por primera vez”.⁶⁷

Rigoberto Plascencia, comentarista de basquetbol –entre otros temas-- precisamente para TVC deportes, cuenta en entrevista:

⁶⁶ Eduardo de la Vega, *op. cit.*, p. 128.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 138.

“TVC es un grupo de cableros de toda la República Mexicana y el único canal deportivo en México. Ahí yo tenía un programa con el Doctor Bustamante que se llamaba Todo Menos Soccer y había otro que se llamaba Viva Básquet --con Alejandro Olvera y Aarón Soriano--, sin embargo a falta de patrocinios nos quitaron el programa”.

A su parecer el basquetbol vive de alientos momentáneos: “La LNBP ha hecho un intento muy interesante pero los mismos medios no creen en el basquetbol. Han sido el esfuerzo de ESPN y FOX (que transmitieron la Liga de las Américas), así como de TVC que transmite la LNBP (su cuarta campaña y la liga acaba de cumplir diez años) los que ayudan”.

Y continúa: “El basquetbol es un deporte popular que se está globalizando y genera muchísimo dinero, excepto en México donde pareciera estar muerto en afición.

“Los Ratings no me gustan. Por ejemplo en Cadena Tres apenas estamos transmitiendo los partidos de la NBA en tele abierta, por Canal 28. El problema es que el primer día que transmitimos el juego dos de Cleveland contra Orlando, me llegaron unos 400 correos durante el partido y según esto sólo tuvimos .8 de rating; entonces no me cuadra que te llegue esa cantidad de correos y digan que no tienes un rating alto”.

Por eso la salida de TV Azteca llama tanto la atención, sobre todo si se considera que “Un reciente estudio de mercado realizado por la NBA sobre los hábitos de consumo deportivo entre la población hispana que habita en Estados Unidos, muestra que el basquetbol, con 76%, es el deporte más popular entre

los adolescentes hispanos con edades de 12 a 17 años. El fútbol americano y el béisbol alcanzaron el 46% de preferencia”.⁶⁸ Definitivamente en México, el basquetbol es ajeno a ese tipo de cifras.

3.3 El conflicto interminable

A mediados de los 90, el basquetbol mexicano entró en la fase más crítica de su historia. La tragedia tuvo dos personajes principales: por un lado la Federación Mexicana de Basquetbol (FMB), representada por Jorge Toussaint y por el otro, la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade) y sus presidentes en turno (primero Ivar Sisniega y después Nelson Vargas). Eso sí, sólo hubo un perdedor, el basquetbol de México.

El problema se inició cuando en los pasillos del basquetbol comenzaron a correr los rumores del desvío de fondos de Jorge Toussaint. Como consecuencia, la Conade, presidida entonces por Ivar Sisniega decidió recortar el presupuesto a la Federación para forzar la renuncia de Toussaint, quien dejó en su puesto frente a la federación a Enrique Basulto. Lo que prosiguió fue una serie de litigios y amparos:

En el año 2000, cuando asumió la dirección de la Conade Nelson Vargas el conflicto empeoró. No hubo un solo peso para el basquetbol en los presupuestos y se buscó con más persistencia la renuncia de Toussaint.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 129.

Al caso se sumó la Confederación Deportiva Mexicana (Codeme), que en su asamblea del 16 de enero de 2004 decidió desafiliar a la Federación que entonces presidía Enrique Basulto (aunque Jorge Toussaint siempre fue el protagonista del conflicto).

Pero ahí no terminaban los problemas, pues la Federación de Toussaint era reconocida por el Comité Olímpico Mexicano (COM), que es el organismo facultado para crear el vínculo con las federaciones internacionales de cada deporte. En consecuencia, la Federación Internacional de Basquetbol Amateur (FIBA) reconocía que sólo Jorge Toussaint podía inscribir un equipo para participar en torneos internacionales.

Javier Rendón, ex entrenador de basquetbol da un panorama de lo que sucedió después: “Los ex olímpicos entre ellos Arturo Guerrero y Julio Ortiz, quisieron rehacer el básquet y crearon la Alianza Nacional de Basquetbol (ANB) – constituida el 13 de septiembre del 2005--, sin embargo no eran los conductos en ese momento porque había una Federación reconocida por el Sistema (la FMB), en cambio la Alianza no tenía ningún valor y no podía hacer nada, por lo tanto se creó una ruptura mucho mayor”.

En el conflicto la Conade cometió también muchas irregularidades: una de ellas, asignarle presupuesto a la ANB, que no estaba reconocida dentro del Sistema Nacional del Deporte y que no tenía facultades para inscribir selecciones en competencias internacionales.

Rendón continúa: “Por una parte se comenzaron a hacer las Olimpiadas Nacionales y Campeonatos Nacionales sin ningún fin, porque ninguno era con

carácter selectivo, lo cual era tarea de la FMB, que presidía Jorge Toussaint. Sin embargo, ésta hacia sus torneos y no le daba sus reconocimientos a otros. Pero a sus propios eventos (torneos) no venían todos, ni estaban los mejores; los resultados fueron desastrosos”.

Horacio Llamas, seleccionado nacional, retrata el caso desde la duela: “Nosotros los jugadores somos como los prisioneros de una guerra que no podemos solucionar y parece que sólo estuviéramos esperando a que nos metan a la cámara de gas para que sea el final de nuestro deporte”.⁶⁹

Fue peor que eso: “Como consecuencia a nivel mundial el nivel del básquet se fue para abajo. Además es normal si dejas de competir o tener fogueo, te vas para abajo. Había países que nunca nos habían ganado como Jamaica, Chile, Guatemala, Puerto Rico, etc. Desde entonces se pusieron por encima de nuestro nivel”, asegura Rendón en entrevista.

Llamas, uno de los mejores jugadores de los últimos años, interviene de nuevo: “No es justo que a nosotros se nos culpe cuando más bien somos los más afectados. Nosotros siempre cumplimos con estar física y mentalmente al cien por ciento, con eso ponemos el ejemplo, pero entonces ya queda en los que están arriba darle la solución a las cosas”.

Alberto García, subsecretario general de la Federación Internacional de Basquetbol Amateur FIBA Américas dio en 2006 su opinión también a *Diario Monitor*: “El de México es un problema en el que se dirimen más bien intereses

⁶⁹ Tlatoani Carrera, “Somos prisioneros de guerra: Llamas”, periódico *Diario Monitor*, s/año, s/num., sección Extremo, México, miércoles 29 marzo de 2006, p. 4D.

personales o institucionales y en el que se está afectando principalmente al baloncesto en México”.⁷⁰

El 14 de diciembre de 2007, la única instancia que apoyaba a Jorge Toussaint, la FIBA, decidió desconocerlo. Uno de los actores principales quedaba fuera de escena. “FIBA-América determinó suspender a la Federación Mexicana de Baloncesto por no cumplir con los acuerdos que había pactado”,⁷¹ se dijo en los medios electrónicos ese mismo día.

Al mismo tiempo, el proyecto de la Alianza, que habían propuesto dos años antes Conade y Codeme también se desgastó. La respuesta fue planear en noviembre de 2008 una comisión reorganizadora por lo que se creó la Asociación Deportiva Mexicana de Basquetbol A.C. (ADEMEBA), patrocinada por la Conade y dirigida por Modesto Robledo, quien fue presidente de la LNBP y quien antes de tomar el cargo dijo: "A nosotros no nos interesa lo que sucede en los juzgados, esperemos que algún día el conflicto legal que ha empantanado al basquetbol mexicano se solucione, y cuando eso suceda nosotros nos uniremos al nuevo proyecto".⁷²

⁷⁰ Tlatoani Carrera, “La FIBA desconoce a la Alianza”, periódico *Diario Monitor*, s/año, s/núm., sección Extremo, México, martes 17 de enero de 2006, portada.

⁷¹ s/a , “Toussaint se queda sin poder en FMB”, [en línea], México, *terra.com.mx*, 14 de noviembre de 2007, Dirección URL: <http://www.terra.com.mx/deportes/articulo/511388/Quitan+el+poder+a+Toussiant.htm>, [consulta 23 de marzo de 2010].

⁷² s/a, “México podría jugar en eventos mundiales”, [en línea], México, *terra.com.mx*, 13 de marzo de 2010, Dirección URL: <http://www.terra.com.mx/deportes/articulo/897023/Evita+ADEMEBA+que+Mexico+sea+desafiliado+de+FIBA.htm>, [consulta 23 de marzo de 2010].

Pero los juzgados aún tienen mucho qué decir: Luego de ser desconocido por la FIBA, Toussaint da un golpe más y gana los juicios de amparo por lo que obtiene el derecho a que la FMB sea reconocida dentro del Sinade.

La última noticia del conflicto la dio de nuevo la FIBA, que marcó un ultimátum fechado el 15 de marzo de 2010 como día límite para solucionar el largo problema, a riesgo de desafiliar a México de las competencias internacionales de basquetbol. La ADEMEBA ahora está al mando.

“Ahora quien está facultado según la ley a hacer el basquetbol de México es la FMB y quien tiene el reconocimiento internacional, es la ADEMEBA. Ahora estamos al revés, pues la Federación --que preside Manuel Sáenz desde enero de 2010-- puede hacer el basquetbol interno en México y la ADEMEBA está facultada a llevar a las selecciones de México”, explica el once veces entrenador de la Selección Nacional Femenil, Rendón.

El conflicto es el retrato perfecto de la pugna entre los organismos que rigen el deporte mexicano: Por un lado los grupos de poder de Conade y Codeme y en el bando contrario los que se esconden tras el COM. La división del basquetbol en México lleva más de 14 años y no se sabe cuántos más pueda tardar.

CAPÍTULO IV

Elaboración de una revista especializada: el caso específico de *Puro Basketball*.

En el presente capítulo se describirá –con base en mi experiencia profesional– cómo se llevó a cabo la creación de la revista *Puro Basketball* desde su concepción y definición hasta la impresión, el producto final y el cierre de su edición. El objetivo es dar un panorama general de los pasos que implica el proceso de la creación de una revista deportiva como *Puro Basketball*, tanto en el aspecto legal, como el administrativo, el de diseño y el contenido con el fin de dar a conocer los retos y obstáculos que implica la elaboración de un producto similar.

4.1 Nace *Puro Basketball*

La revista *Puro Basketball*⁷³ nació en marzo del 2003. En ese entonces el basquetbol mexicano –como vimos en el capítulo anterior– comenzaba a hundirse en conflictos legales y decadencia.

⁷³ De aquí en adelante se hará referencia a *Puro Basketball* como *PB*.

El sistema deportivo mexicano, carente de fuerzas y soluciones ante tal problema —y en general ante las actividades deportivas— poco a poco se unía al abandono que las grandes difusoras mostraban hacia el basquetbol.

Debido a lo anterior, y con el fin de devolverle la difusión surgió *PB*. La revista no sólo intentó ser un nuevo instrumento en busca de un camino que pudiera darle el espacio y la difusión necesaria al basquetbol, sino que también vio las posibilidades de dar auge y promoción a un deporte que, décadas atrás, había tenido buen nivel y así mantener vivo el conocimiento, la información y la motivación del mismo.

Finalmente la creencia de *PB* fue siempre la de volverse motor de convicción de que el básquetbol no debe desaparecer por intereses económicos o por tener rumbos distintos, pues en la medida en que exista el interés por impulsarlo puede volver a sus fueros y recuperar el nivel de presencia que alguna vez tuvo entre la población.

4.1.1 Target

El público al que se pretendió llegar fue: Adolescentes de ambos sexos, y de entre 15 y 20 años, con educación media superior y superior, familiarizados con Internet, económicamente dependientes de sus padres, en proceso de búsqueda de identidad, quienes realizaran actividades deportivas; y jóvenes entre 20 y 25

años, universitarios en su mayoría, con relativa solvencia económica y búsqueda de independencia.

El mercado que inicialmente se pretendió abarcar fue el de México. De acuerdo al INEGI en el 2003 había 19 mil 063, 269 jóvenes entre 15 y 25 años de edad por lo que la meta a seguir era captar en un año 0.15% de ese rubro lo que significaba 28 mil, 594 lectores al mes.

4.1.2 Descripción del producto

Puro Basketball se concibió en un formato de 21.5 x 27.0 cm., con 64 páginas impresas a 4x4 tintas sobre papel cuché brillante de 200 grs.; un póster tamaño doble carta impreso a 4x4 tintas sobre papel cuché brillante de 135 grs.; con barniz U.V.; acabado con barniz U.V. en portada y en 4^a de forros; encuadernación pegada al lomo (hot melt).

La calidad de los acabados tuvo la intención de llamar la atención del lector desde la primera vista, pues se pensó que con menos calidad sería difícil atraer al público entre el mundo de revistas de distintos temas existentes.

El tiraje inicial fue de 15 mil ejemplares, mismo que se mantuvo durante las ocho ediciones que duró la revista en el mercado.



IMAGEN 1

ÉSTA ES LA PORTADA DE LA EDICIÓN NÚMERO 1 DE *PB* CON EL JUGADOR KOBE BRYANT, UNO DE LOS MEJORES DE LA NBA HASTA EL MOMENTO.

4.2 El proceso

Uno de los primeros pasos importantes para la creación de una revista deportiva es elegir un nombre, el cual debe ser atractivo tanto por su fonética como por su forma visual. En el caso de *Puro Basketball*, “*Puro*”, como la palabra por sí sola lo sugiere puede referirse tanto a “pureza” como a “solamente”; con la unión de “*Basketball*”, “*Puro Basketball*”, tuvo la intención de hacer énfasis primero en el significado de la primer palabra para darle fuerza a la segunda y coquetear al mismo tiempo con la metáfora de la belleza del juego.

Una vez acordado el nombre, se procedió a planear la edición de la revista con base en un proyecto --que a su vez se sustentó en una previa investigación de campo--. A continuación se hará un breve resumen del mismo, con el propósito de dar a conocer cómo se logró la edición de *PB*.

4.2.1 De lo legal

Una vez que se definió el nombre de *PB*, el siguiente paso para hacer funcionar la revista fue constituir la bajo el régimen de Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.) ante el notario Número 37, Carlos Flavio Orozco Pérez, el 13 de marzo del 2003.

Dicho régimen tiene las siguientes características:

Según el artículo 87 de la Ley de Sociedades Mercantiles, Sociedad Anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente por socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones y se distingue con las abreviaturas "S.A."

Para proceder a la Constitución de una Sociedad Anónima se requiere de acuerdo al artículo 89 de la misma Ley lo siguiente:

- I. Que haya cinco socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba su acción por lo menos.
- II. Que el capital social no sea menor de veinticinco mil pesos y esté íntegramente suscrito.

- III. Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos 20% del valor de cada acción pagadera en numerario y,
- IV. Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse en todo o en parte, con bienes distintos en el numerario.

En el acta constitutiva la Sociedad quedó compuesta así:

“LICENCIADO CARLOS FLAVIO OROZCO PÉREZ, notario número treinta y siete del Distrito Federal, hago constar EL CONTRATO DE SOCIEDAD, por el que se constituye PURO BASKETBALL EDITORES SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, en el que intervienen los señores OLGA LIDIA TRUJILLO GÓMEZ, ALBERTA TRUJILLO PÉREZ, MA. TERESA GÓMEZ VÁZQUEZ, JONATHAN HERNÁNDEZ RUIZ, VÍCTOR FEDERICO RUIZ MORALES, LAURA EUGENIA AMPUDIA ESPINOSA, BENITO TRUJILLO GÓMEZ Y FEDERICO ALBERTO RUIZ VERA...”⁷⁴

Cabe mencionar que los socios que participan con trabajo intelectual o en especie (el caso de OLGA LIDIA TRUJILLO, y JONATHAN HERNÁNDEZ RUIZ) son considerados de igual manera que los que colaboraron con su capital en efectivo.

El acta también estipuló el capital social mínimo con el que debió darse de alta la revista cuya cifra fue de cincuenta mil pesos: “...Moneda Nacional, y máximo

⁷⁴ Carlos Flavio Orozco Pérez, Notario No. 27 del D.F., “*Testimonio de la escritura de constitución de Puro Basketball Editores, Sociedad Anónima de Capital Variable*”, México, Instrumento 51, 377, Libro 955, 13 de marzo del 2003, p. 1.

ilimitado y está integrado por CIEN ACCIONES nominativas, con valor nominal de QUINIENTOS PESOS, moneda nacional, cada una”. Es decir, la suma de cincuenta mil pesos se dividió en fracciones de diez acciones con costo de cinco mil pesos cada una.

	Part.	Capital Fijo			Capital Variable			Total \$	Serie C
		Serie A	\$ 500.00 c/u Acciones	Aport Real	Serie B	Aport Real	\$ 1,000.00 c/u Acciones		
Alberta Trujillo	40%	20,000.00	40	25,000.00	260,000.00	325,000.00	260	350,000.00	40,000.00
Benito Trujillo Gómez	10%	5,000.00	10	6,250.00	65,000.00	81,250.00	65	87,500.00	10,000.00
María Teresa Gómez	10%	5,000.00	10	6,250.00	65,000.00	81,250.00	65	87,500.00	10,000.00
Olga Lidia Trujillo Gómez	10%	5,000.00	10	-	65,000.00	-	65	-	10,000.00
Jonathan Hernández Ruiz	10%	5,000.00	10	-	65,000.00	-	65	-	10,000.00
José Antonio	10%	5,000.00	10	6,250.00	65,000.00	81,250.00	65	87,500.00	10,000.00
Victor Federico Ruiz Morales *	5%	2,500.00	5	3,125.00	32,500.00	40,625.00	32.5	43,750.00	5,000.00
Laura Eugenia Ampudia Espinosa**	5%	2,500.00	5	3,125.00	32,500.00	40,625.00	32.5	43,750.00	5,000.00
Federico Alberto Ruiz Vera **	0%	-	0	-	-	-	0	-	-
Capital	100%	50,000.00	100	50,000.00	650,000.00	650,000.00	650	700,000.00	100,000.00
Aport. \$	80%	40,000.00			520,000.00				
Aport. Especie	20%	10,000.00			130,000.00				

* Venta Acciones 5% Alberta Gómez 10% José Antonio
 ** Venta Acciones 15% Alberta Gómez

700,000.00

IMAGEN 2

ÉSTE ES EL ESQUEMA DE APORTACIONES DE LA SOCIEDAD DE PB EN CIFRAS REALES

Asimismo, el acta hizo mención sobre el órgano supremo de la Sociedad refiriéndose a la Asamblea General de Accionistas. Posteriormente se estipuló que "el órgano de administración de la sociedad estará integrado por un administrador único o un consejo de administración cuyos integrantes podrán ser o no accionistas".⁷⁵ Los socios designaron a un presidente y un secretario, a quienes se les confió la administración de la sociedad.

Una vez conformada la Sociedad, el trámite posterior fue acudir –mediante el representante legal-- a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para

⁷⁵ *Ibid.*, p. 7.

dar de alta a Puro Basketball Editores, S.A. de C.V. bajo la actividad de “Producción, distribución y comercialización de todo lo relacionado con el giro editorial”; asimismo se obtuvo su Registro Federal de Contribuyentes (RFC): PBE030314Fx2.



IMAGEN 3

ÉSTE FUE EL RFC CON EL QUE PB FACTURÓ MIENTRAS EXISTIÓ

Posteriormente se acudió al Instituto Nacional del Derecho de Autor (Dirección de Reservas de Derechos), quien otorgó un “Certificado de Derechos al Uso Exclusivo” en el género de “Publicaciones Periódicas” con la especie de “Revistas”. El documento –con vigencia de un año– con número de reserva 04-2003-052012020300-102, señaló que el certificado debería ser renovado “por

periodos sucesivos iguales, pues en caso de no renovarse en los términos señalados, la reserva de derechos caducaría”.

Para dar de alta el nombre en la Dirección de Reservas de Derechos fue necesario presentar:

Principalmente tres ejemplares de la revista, el Acta Constitutiva, el nombre de la revista diseñado como se usó, credencial de elector. Finalmente se realizó el pago de derechos.



IMAGEN 4

ASÍ ES COMO SE PRESENTA EL NOMBRE DEL PRODUCTO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO AL AUTOR

Una vez realizado, *PB* pudo funcionar en el aspecto administrativo, así como en el de contenido.

4.2.2 De lo administrativo

El área administrativa de *PB* se consolidó –como se mencionó en el aspecto legal–, gracias a la aportación de los socios capitalistas. Desde el momento en que la revista fue dada de alta como empresa, se abrió una cuenta bancaria a nombre de la editorial donde los socios capitalistas hicieron una aportación inicial de 300 mil pesos, aunque en el proyecto se estimó un millón de pesos de arranque. Dicha cantidad fue utilizada para adquirir, anticipar y sostener algunos de los costos de manutención de la revista previamente investigados; a lo largo de las ediciones los gastos a considerar fueron los siguientes:

Concepto	Costo aprox.
Notario público	\$10, 000
Equipo de cómputo	\$97, 860

Impresión (Imprenta Servicios Profesionales de Impresión SPI)	\$170, 000
Fotografías de Getty Images (Contrato por un año nueve meses)	US \$65 000 *A pagar en parcialidades desde 3 mil dls. a 5 mil hasta cubrir la cuota.
Distribución	De acuerdo a la empresa el precio fue (sobre el \$ de portada): 42%, 50% ó 60%.
Papelería	Variable
Internet	\$3 500
Gasolina	Variable
Sueldos Colaboradores	Desde \$500 a \$1, 500
Sueldos editores	\$10 000
Sueldos diseñadora	\$8 000
Renta	\$10 000 más anticipo de un mes

Al iniciar un negocio, la mayoría de los gastos –también conocidos como “egresos”— representan el mayor número de actividades administrativas, mientras que los “ingresos”, casi siempre llegan tiempo después, todo depende de qué tipo de empresa sea. En el caso de la revista se estimó que comenzaran a notarse ganancias a partir del segundo año. Asimismo, una regla básica en términos administrativos tanto para un negocio como para una empresa, los

egresos no deben ser mayores que los ingresos, lo cual nunca pudo cumplirse en *PB*.

La *Fundación Proempleo*, instancia dependiente de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal, dice en una guía que utiliza para dar cursos a quienes desean poner una empresa o ya sea mejorarla:

“Un costo es la cantidad de dinero que la empresa destina para la compra de materia prima, pago de mano de obra, y otros gastos necesarios para seguir funcionando. Los costos se califican de la siguiente manera:

- Costos directos o variables: cuando se trata de mano de obra y materia prima.
- Costos indirectos o fijos: cuando se habla de conceptos como renta, sueldos de los empleados administrativos, papelería y otros que no tengan que ver directamente con el proceso de producción del producto o servicio.⁷⁶

Entre menos costos, ya sean directos o indirectos, se requieran para la realización de un producto, habrá mayores beneficios para la empresa.

PB tuvo la intención de registrar y calcular costos directos e indirectos con el fin de llevar una contabilidad disciplinada, pues de acuerdo a la *Fundación Proempleo*:

⁷⁶ s/a, *Fundación Proempleo. ISE, Inicie su empresa*, México, 2007, p. 70.

“La contabilidad es una técnica que nos sirve para hacer una planeación numérica a presente, pasado y futuro, determinando el costo de nuestro producto o servicio”⁷⁷.

Sin embargo, eso no sucedió. Debido a la falta de presupuesto y recursos, el organigrama de *PB* era el siguiente:



IMAGEN 5
ORGANIGRAMA BÁSICO DE LA ELABORACIÓN DE *PB*

Una vez que se logró la primera edición, el acuerdo de los socios capitalistas fue completar sus aportaciones conforme la revista lo solicitara, una de las decisiones menos favorables para la empresa: no todos disponían del dinero en el momento preciso, lo cual generó retrasos, incredulidad por parte de los proveedores y finalmente un caos administrativo y el quiebre de la empresa.

Es decir, las decisiones administrativas que en un principio pueden parecer de poca importancia, a la larga acumulan un desequilibrio. Un ejemplo en el caso

⁷⁷ *Ibid.*, p. 70.

de *PB* fue: para iniciar la elaboración de la revista se rentaron unas oficinas con valor de \$10 mil pesos mensuales, lo cual sólo se pudo sostener durante medio año debido al alto costo. Posteriormente, se optó por seguir editando en el departamento de uno de los socios para evitar el pago de renta, idea que debió tomarse en cuenta desde un principio.

De esta manera, mientras que *PB* crecía poco a poco en contenido y se distribuía con éxito, las múltiples fallas consecutivas en cuanto a la toma de decisiones (tanto de sus socios como de sus elaboradores), mermaron poco a poco su estabilidad. La falta de un plan de negocios hecho por expertos (se partió con base en un proyecto realizado por los editores de la revista), así como la falta de visión de la mayoría de sus participantes fueron determinantes del fracaso.

4.2.3 De la publicidad y mercadotecnia

Los ingresos de casi todos los medios impresos comerciales, llámense periódicos o revistas, llegan principalmente por concepto de publicidad, ya que las ventas representan sólo un pequeño porcentaje de ingresos, esto debido a los altos costos de las empresas distribuidoras (en México) –lo cual se verá más adelante--.

“La publicidad es el cuarto elemento, junto a los textos, los elementos gráficos y los recursos tipográficos, de que se compone un diario. Su importancia es fundamental para garantizar la viabilidad económica de un rotativo”.⁷⁸

PB tuvo el plan de vender anuncios publicitarios hasta en 50 mil pesos, de acuerdo a la ubicación del diseño de la marca⁷⁹ en las páginas de la revista. La segunda, tercera y cuarta de forros son las páginas más caras en cualquier medio de este tipo.

Por el perfil de *PB*, más de cien marcas pudieron interesarse, sin embargo sólo *Reebok*, *Gatorade* y *Auri&Sports* accedieron a anunciarse, pero de manera gratuita.

Sus políticas no son un hecho aislado. Las condiciones para invertir en una nueva edición, tanto de estas empresas como de las otras marcas publicitarias reconocidas, se basan en dos cosas: que el medio en el que se anuncie sea mensual (o formal) y que sea de una distribución de largo alcance (mismo que sólo logran las editoriales monopólicas o con gran respaldo económico).

⁷⁸ Martín Aguado José Antonio; José I. Armentia Vizúete, *Tecnología de la Información Escrita*, Madrid, Síntesis, 1995, p. 217.

⁷⁹ También se le conoce como “arte” y se refiere a la imagen en general de lo que la marca publicitaria desea destacar de su producto.



IMAGEN 6

Reebok* FUE UNO DE LOS ANUNCIANTES GRATUITOS DE *PB

En teoría, *PB* se presentó como una revista mensual que se distribuiría en casi toda la República Mexicana, Estados Unidos y Centroamérica. Aunque en la práctica hubo varios desaciertos: Sólo en cuatro ediciones se pudo salir al mercado en el tiempo que pactó con las empresas publicitarias (mensualmente), en las otras ocasiones el retraso era desde quince días hasta un mes; luego de distribuir los ejemplares en el interior de la República y dejarlos aproximadamente treinta días en los puestos de revistas, se recogía la devolución, misma que se iba a Estados Unidos y Centroamérica, a donde llegaba con casi cuatro meses de retraso.

Es por ello que *PB* se vio en la necesidad de aceptar anunciantes en sus espacios publicitarios de manera gratuita, de lo contrario su edición no parecería un medio formal.

Otra de las áreas para promover un producto y así lograr una mayor venta, es el área de la mercadotecnia. De acuerdo al Diccionario de la *Real Academia Española* mercadotecnia: “(De mercado y -tecnica), es un conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda”...⁸⁰

En el caso de *PB* dicha área fue una de las menos atendidas debidamente. Ante la falta de recursos, los mismos editores se dedicaban a buscar patrocinadores, acuerdos o convenios con las marcas publicitarias –sin previo conocimiento de la metodología para ello— por lo que en ocasiones el área editorial quedó descubierta. Desde un principio no se estimó que una persona especializada en la materia debía dedicarse cien por ciento a este tipo de tareas en favor de la revista.

De esta manera, a excepción de conseguir un acuerdo con Modesto Robledo, ex presidente de la *Liga Nacional de Basketball Profesional (LNBP)*, en el que permitió que *PB* se distribuyera en los estadios donde jugaban los equipos pertenecientes a la Liga, no hubo ningún otro acuerdo que beneficiara a la nueva empresa editorial económicamente.

⁸⁰ s/a, Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, [en línea], vigésima segunda edición, España, 2001, Dirección URL: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=marketing, [consulta 26 mayo del 2010].

4.2.4 Contenido Editorial

El contenido editorial de *PB*, creado principalmente --como ya se mencionó-- para motivar y fomentar la información acerca de este deporte, hizo énfasis sobre todo en dos aspectos:

Tratar el basquetbol nacional o local en un 30% del total del contenido más un 70% del basquetbol de la NBA. La intención fue rescatar poco a poco el nivel del juego de los mexicanos, así como acercar a los jugadores del país a un público que al parecer los reconoce menos que a los extranjeros. Un ejemplo: En la edición número dos de la revista el jugador de la portada fue Michael Jordan, y en el número tres el mexicano Omar Quintero. La primera vendió el doble de ejemplares que la segunda (se verá más adelante).

Los temas que se manejaron en las ocho ediciones fueron: historias de equipos, de jugadores destacados, de novatos y veteranos; estadísticas, juegos de estrellas, torneos universitarios, etc. La revista no trató la “grilla” en la que el basquetbol se encuentra hasta la fecha pues quiso mostrar su neutralidad al respecto.

Los géneros periodísticos que se utilizaron fueron las notas breves, los artículos de opinión –estilo libre--, las columnas, crónicas y reportajes. A continuación, una muestra de una nota de la sección donde se trató el básquetbol nacional: “Nación Basketball”.



IMAGEN 7

**ÉSTA ES UNA NOTA DE LA LIGA SINALOENSE QUE PROMOVÍA EL
BASQUETBOL DE ESE ESTADO.**

A continuación se describirán las secciones en las que se dividió *PB* en sus ocho ediciones: Son ocho secciones fijas (en las últimas ediciones se agregaron dos) y un itinerante número de artículos sobre jugadores, equipos y anécdotas que se planearon mes con mes.

- 10:30: Editorial. Punto de vista del editor general sobre la edición a presentar.
- Tiempo Fuera: Ésta fue la sección donde se dio cabida a la opinión abierta de los lectores de *PB*. Se escucharon sugerencias, comentarios y quejas siempre con el fin de contribuir a mejorar la calidad de la revista y así penetrar mejor en el mercado.

- **Números:** Apartado para crear en poco espacio una columna de curiosidades numéricas sobre personajes del basquetbol.
- **Los años maravillosos:** Sección de jugadores estrella del basquetbol ilustrada sólo con una fotografía retro.
- **Nación Basketball:** Un conjunto de pequeñas notas informativas sobre el basquetbol mexicano exclusivamente. Esta sección contempló la revisión del basquetbol nacional desde el nivel profesional y universitario hasta el infantil y callejero.
- **Artículos de opinión y reportajes:** Los artículos y reportajes fueron la columna vertebral de *PB*. A través de éstos, se narraron historias personales de las estrellas de basquetbol, con el propósito de acercar más información al lector sobre sus jugadores favoritos de una manera menos numérica y un tanto literaria.
- **Columna 2XL:** Un personaje reconocido dentro del ámbito del basquetbol (ya sea comunicador, jugador o directivo), fue elegido para construir una columna de opinión sobre hechos relacionados con el deporte.
- **Columna 'Sueños de Basketball':** En este espacio se intentó seguir de manera detallada y personalizada a jóvenes mexicanos que jugaron en el extranjero. Narrada a manera de diario, cada mes el jugador habló sobre su vida y juego lejos de casa, mientras persiguió sus sueños.



IMAGEN 8
SECCIÓN DE LA COLUMNA DEL ESPECIALISTA EN BASQUETBOL JORGE PLASCENCIA (QPD) LLAMADA ‘2XL’.

En las dos últimas ediciones se anexaron dos nuevas secciones:

- **Roots:** En la cual se rescataron fotografías de atletas o personajes que destacaron en otros ámbitos –como en el atletismo, el cine, la música, etc.— pero que en algún momento jugaron básquetbol o mostraron su apoyo por la disciplina y
- **Utopía:** Se elaboró una portada que muchos habrían querido apreciar en su momento, pero que jamás podría volver a suceder.

El proceso (o pasos) para la elaboración todos los números de *PB* fue el siguiente:

- Planeación de la edición: En relación con los acontecimientos recientes, figuras del momento; eventos importantes, veteranos con una historia que contar, etc. a partir de lo cual se elaboró una agenda de trabajo con fechas determinadas.
- Recopilación de información: Realización de entrevistas, revisión de libros, de páginas web, agenda de eventos.
- Selección de fotografías: Se escogen las más llamativas de acuerdo al tema que se trata; es tarea tanto del editor como de la diseñadora. *PB* utilizaba las de la agencia Getty Images y las de fotógrafos colaboradores independientes.
- Procesamiento de la información: Redacción de información y trabajo de diseño. Para tener mayor compatibilidad entre textos e imágenes se utilizaron computadoras Macintosh de *Apple*, especiales para diseño editorial.
- Revisión de materiales: Tanto de estilo editorial como de fotografías.
- Corrección de estilo: Corrección de posibles errores ortográficos, de sintaxis o redacción ya sobre el o los textos diseñados.
- Entrega a la imprenta de la revista guardada en discos con archivos llamados PDF's: La imprenta entrega una prueba de color –lo más cercano a cómo se verá el trabajo-- y deben ser aprobadas por el editor general.
- Impresión. Reproducción en papel de 15 mil ejemplares.
- Distribución (se verá más adelante).



IMAGEN 9

LA SELECCIÓN DE FOTOGRAFÍAS ERA UNA DE LAS TAREAS MÁS COMPLICADAS. EN OCASIONES SE DEBÍA ESCOGER UNA ENTRE CIEN.

En resumen, el contenido editorial de *PB* se caracterizó por destacar los temas de basquetbol nacional –olvidados por la mayoría de los medios escritos deportivos-- siempre con el propósito de cumplir con un compromiso con el deporte nacional.

4.2.5 Diseño

Una de las áreas más importantes de la creación de la revista fue la del diseño gráfico. Es aquí donde recae sobre todo un objetivo: darle al producto un

aspecto visual atractivo con base en una acertada combinación entre tipografía e imagen. La búsqueda es constantemente una mejor transmisión de la información.

Una posible definición de diseño gráfico sería: “utilizaremos este término para referirnos a todos aquellos artificios y recursos que tienen por objetivo mejorar la percepción de cualquier impreso, bien mediante recursos estéticos, o bien mediante procedimientos estrictamente tipográficos; pero teniendo siempre presente que el objetivo final es la mejora comunicativa, no la perfección artística”.⁸¹

En el caso de *PB* hubo otros elementos que debieron ayudar al diseño gráfico, ya que por tratarse de una revista deportiva, delimitar un estilo concreto o un diseño apropiado no fue tarea fácil. De esta manera la diseñadora debió proponer y hacer uso de su creatividad en cada número.

“Cuando hablamos de crear el estilo de una publicación nos estamos refiriendo a dotar a todos sus elementos (tipografía, titulares, fotografías, etc.) del suficiente grado de homogeneidad como para que al lector no le quepa ninguna duda del tipo de revista que tiene ante sus ojos”.⁸² Es decir, el diseño de una revista literaria, jamás será igual que el de una revista de autos, modas, geografía, cine, etcétera.

⁸¹ Martín Aguado José Antonio; José I. Armentia Vizuete, *op., cit.*, p. 135.

⁸² *Ibid.*, p. 266.



IMAGEN 10

LA HOMOGENEIDAD DEL DISEÑO DE *PB* SIEMPRE FUE PRIORIDAD

Es por ello que *PB*, también ayudado de las nuevas tecnologías en cuanto a su digitalización (mediante las computadoras Macintosh de Apple que aparecieron en 1984 y que gracias a su *software* específico facilita la generación de ilustraciones), así como a las nuevas formas de impresión (*offset*), permitía que la diseñadora recurriera a su último recurso para poder definir el trabajo final: la fotografía.

A propósito: “Entre las primeras revistas que utilizaron la fotografía con un claro sentido del diseño periodístico habría que citar la publicación deportiva francesa *La Vie au Grand Air*, fundada en 1890, y que para 1908 ya había adoptado un estilo de composición, que puede considerarse el precedente directo de las primeras revistas fotoperiodísticas”.⁸³

⁸³ *Ibid.*, p. 259.

La importancia de este recurso va incluso más allá, pues no sólo significa uno de los elementos fundamentales de las revistas, sino que en muchas ocasiones el texto queda condicionado a este tipo de componente gráfico. De hecho, en *PB* las fotografías fueron utilizadas en la mayoría de las ocasiones para artículos y reportajes “a sangre” –un término de diseño-, es decir, ocupando toda la superficie de una o dos páginas (incluido el correspondiente a los márgenes). Sin duda, este peculiar diseño marcó la pauta de la imagen que se buscó en todo momento en *PB*.



IMAGEN 11



IMAGEN 12



IMAGEN 13



IMAGEN 14

IMÁGENES 11, 12, 13 Y 14
ASÍ ES COMO LUCÍAN LAS FOTOS 'A SANGRE' EN LOS ARTÍCULOS DE
PB

Una vez que el estilo de la revista se definía poco a poco, así como la tipografía, el esquema de la misma estaba casi listo. El más usual --en general-- para la apertura de un reportaje solía ser el siguiente: fotografía llamativa --como se mencionó generalmente a sangre--, de una página o incluso dos; un titular pisando la fotografía y un pequeño sumario a modo de entrada. En las siguientes páginas, el reportaje combinaba el texto con más fotografías --de preferencia-- y otros recursos visuales como citas, frases del mismo autor, números, etcétera.



IMAGEN 15
EN *PB* SIEMPRE SE BUSCÓ COMBINAR ADECUADAMENTE
TEXTO CON FOTOGRAFÍAS.

Uno de los retos más grandes de *PB* –una vez en circulación- no sólo fue figurar entre cientos de revistas en el mercado, sino competir directamente en calidad visual y contenidos con su único rival: La revista *Viva Básquet*.



IMAGEN 16
UNA DE LAS PORTADAS DE VIVA BÁSQUET,
LA COMPETENCIA DE *PB*

Con casi ocho años en el mercado, *Viva Básquet* –que desapareció tres años después que *PB*--, tenía en general una imagen de menor atracción visual: menor calidad de impresión y fotografías, encuadernación a grapa caballo, mala redacción, diseño gráfico poco elaborado, etc. Sin embargo, mantenía la ventaja de ser la única revista (hasta antes de que apareciera *PB*) que hablaba de básquetbol mexicano y en español –había otras en inglés o en español pero que sólo trataban básquetbol de NBA--.

Gracias a la imagen en conjunto de *PB* –que no sólo propuso un diseño innovador sino de buen nivel-- logró que un público más familiarizado con las imágenes de televisión, volteara a ver al nuevo producto y, por tanto, que *Viva*

Básquet hiciera un esfuerzo propio por mejorar su apariencia visual.^{84*} Podría decirse, incluso, que *PB* sigue siendo un referente de diseño gráfico para una revista deportiva actual.



IMAGEN 17

⁸⁴ *Esto es con base en pláticas posteriores al cierre de *PB* que tuve con uno de los reporteros de la revista *Viva Básquet*, quien incluso reconoció que mientras *PB* estuvo en el mercado *Viva Básquet* tuvo casi la mitad de su tiraje de devolución.

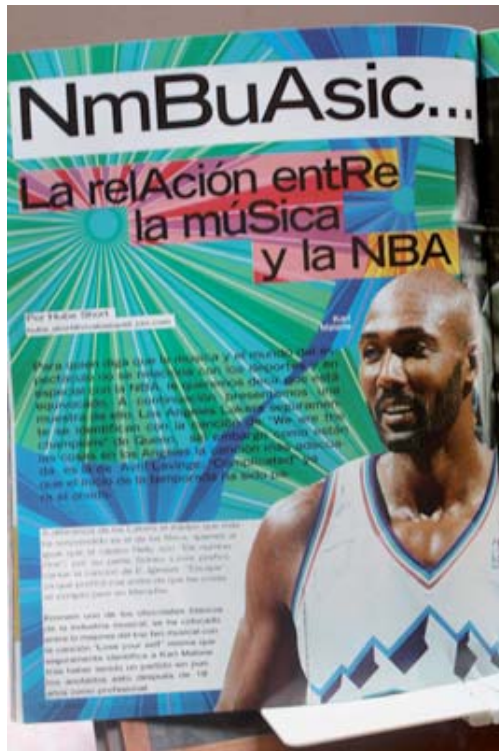


IMAGEN 18

IMÁGENES 17 Y 18

UNAS DE LAS PÁGINAS INTERIORES DE VIVA BASQUET



IMAGEN 19

LA REVISTA VIVA BÁSQUET LLEGÓ INCLUSO A COPIAR LA IDEA DEL DISEÑO DE *PB* EN SU MOMENTO; FUE DIFÍCIL IMITAR LA TIPOGRAFÍA

4.3 Crece Puro Basketball

Vale la pena hacer un recuento de la experiencia de *PB* sobre el trato con las empresas distribuidoras, con el fin de servir de ejemplo para futuros interesados en hacer circular un producto similar.

El área de la distribución de la revista *PB* era la siguiente:

DF y Área Metropolitana: *Unión de Expendedores y Voceadores de los periódicos de México* (por medio del Despacho Everardo Flores).

Interior de la República: *CODIPLYRSA*.

Locales cerrados: *Dimsa* (a quien se llegó por medio de CODIPLYRSA).

Centroamérica y Estados Unidos: *CODIPLYRSA* (mediante y Corporación Silcres Exports&Imports).

Estadios LNBP: En temporada (Julio a Noviembre)

Periodicidad: 30 días (tentativamente).

Tiraje: 15 mil ejemplares.

Precio al público: 30 pesos.

Distribución por canal de ventas:

Valle de México: 8, 000 ejemplares.

Interior del país, venta directa en estadios, locales cerrados, Centroamérica y

Estados Unidos: 6, 500 ejemplares.

Suscripciones y ejemplares de la promoción: 500 ejemplares.

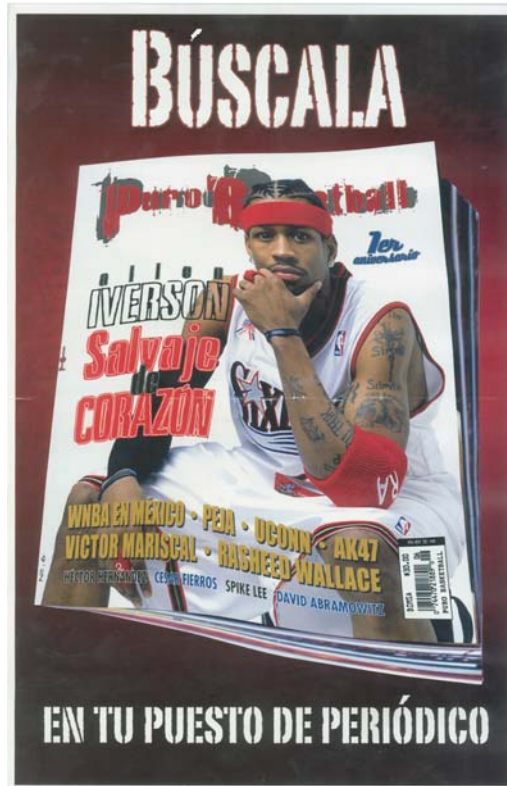


IMAGEN 20

CON ESTE PÓSTER DE LA PORTADA NO. 4 LOS VOCEADORES DE MÉXICO PROMOCIONARON A *PB* EN LOS PUESTOS DE PERIÓDICOS

4.3.1 El manejo de la distribución

La revista *PB* fue víctima, como miles lo son, de los altos porcentajes de comisión que las distribuidoras en México cobran por hacer circular tanto revistas como periódicos –entre otras ediciones--. El mercado de la distribución en México está totalmente controlado por las mismas distribuidoras, pero con distintos nombres.

Un ejemplo: El mejor costo que se consiguió para imprimir la revista fue de \$9.91 por cada ejemplar (\$148, 650 x 15 mil ejemplares) con la imprenta *Infagon*. Si se toma en cuenta que el precio de portada era de \$30 pesos y que la distribuidora *Voceadores de México* cobraba 42% sobre el precio de la misma, para la editorial sólo quedaban \$8 pesos con 9 centavos por cada unidad.

No sólo eso. El anterior es el caso de la distribución en el DF. Al interior de la República, *Codiplyrsa* era la distribuidora y cobraba 45%. Sin embargo, de acuerdo a la plaza en la que circulaba, como en locales cerrados el trato -- aunque *Dimsa* repartió--, se hizo por medio (otra vez) de *Codiplyrsa*; en esta ruta *Dimsa* cobraba 50%. En las tiendas *Sanborns* era donde más se registraban ventas y la única ventaja era que el ejemplar duraba más de un mes en exhibición.

En cuanto a la distribución a EU y Centroamérica⁸⁵, la empresa (de *Codiplyrsa*) *Silcres* cobraba 60%; el precio se pactó en dólares: para *Silcres* US \$1.88 y para *PB* US 1.13. Un abuso.

Otra de las injusticias, fue la de algunos estados del norte de la República donde re etiquetaban a *PB* con precio de hasta \$50 pesos, lo cual no fue tomado en cuenta por la distribuidora que pagaba sobre el mismo precio de portada de \$30 pesos.

Asimismo las distribuidoras --que decían cumplir con su trabajo-- interpretaban las grandes devoluciones como un “falta que nos traigan artículos promocionales

⁸⁵ A esta ruta *PB* llegaba con cuatro meses de retraso pues a partir de que salía el número a la venta, se esperaba la devolución de los ejemplares del Distrito Federal.

para que los voceadores se interesen en repartir su producto—“. Sin duda, una revista de este tipo no puede vivir de sus ventas.

CORPORACIÓN SILCRES
CORPORACIÓN SILCRES, S.A. DE C.V.

México, D.F., 8 de junio de 2004

PURO BASKETBALL EDITORES, S.A. DE C.V.
Calle de los Bombas N° 878
Edif. B-2 Depto 201
Cof. CTM Cuahuacán
México 04909, D.F.

A/c. Lic. Jonathan Hernández

Estimado Lic. Hernández:

Nos es muy gusto saber que contamos con su autorización para la distribución del libro "PURRO BASKETBALL", en los Estados Unidos de Norteamérica a través de Corporación Silcres, S.A. de C.V. Con el propósito de formalizar este inicio de operaciones entre nuestras empresas, a continuación detallamos las condiciones de venta:

ESTADOS UNIDOS

CONDICIONES COMERCIALES

Título	PURRO BASKETBALL
Periodicidad	Mensual
Categoría	Diversión
Merch. Autorizado	Estados Unidos de Norteamérica
Precio de venta al público USD (P.V.P.)	US \$ 3.95 CUI
Datación inicial sugerida	1,500 a 2,000 ejemplares
Descuento para Silcres sobre los impuestos de facturación	40% sobre precio de facturación
Precio de facturación promedio a clientes	US \$ 1.88
Recuperación promedio para el editor	US \$ 1.13
Devolución (Operación en consignación)	Alta
Gastos de exportación	Pagados por Silcres
Principales estados en donde se distribuye	California Texas Nueva York Illinois (Chicago) Florida Colorado Georgia

PLAZO DE PAGO

Plazo de pago: 100 días fecha facturación al extranjero

Xicotécatle # 845 Int. 8 Col. Laktán Valle, México D.F. 03850
Tel/Fax: (52) 91 40 80 08, 605 81 81, 605 45 88 web: www.silcres.com.mx



CORPORACIÓN SILCRES, S.A. DE C.V.

Plazo para reporte de devolución 120 días fecha facturación al extranjero

Forma de pago En dólares americanos

DEVOLUCIONES

Las devoluciones que se generen en el extranjero no se retoman a México, salvo que el editor así lo establezca y cubra los gastos de retorno a México.

Los agentes distribuidores en el extranjero inutilizan los ejemplares de devolución o los destruyen, elaborando un reporte llamado "AFFIDAVIT".

En caso de que se llegara a suspender el envío del título a cualquier mercado, el plazo de pago y devolución de la última edición exportada se ampliará a 180 días.

REQUERIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN NACIONAL

Para una adecuada preparación y consolidación semanal, se necesita que el editor entregue la mercancía para distribución a más tardar el día miércoles, a las 17:00 P.M., en nuestro domicilio Calle Xochitlatl N° 645-4 Col. Larrán Valle México 03650, D.F., Del. Benito Juárez, lo que nos permitirá hacer los embarques los días domingo.

OTROS REQUERIMIENTOS

1. Marcar el P.V.P. en dólares en portada
2. Excluiridad de distribución y créditos en el contenido
3. Código de barras en UPC

Se firma el presente convenio a los 8 días del mes de junio de 2004.

Autorizo

Lic. Enrique Sánchez Celis
Corporación Silcres, S.A. de C.V.

Autorizo

Lic. Jonathan Hernández
Puro Basketball Editores, S.A. de C.V.

Xochitlatl # 645 int. 5 Col. Larrán Valle, México D.F. 03650
Teléfono: (55) 91 42 95 06, 925 80 81, 925 45 98 web: www.silcres.com.mx

IMAGEN 21

IMÁGENES 21 Y 22

ÉSTE ES EL CONTRATO DE SILCRES, EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y CENTROAMÉRICA DE PB

4.3.2 Un destello de éxito

Una vez que *PB* estuvo en los puestos de periódicos y mostradores, el intento por sobresalir comenzó. En manos de varias empresas distribuidoras la revista comenzó a circular.

De los 15 mil ejemplares del primer número, con Kobe Bryant en portada, casi la cuarta parte se distribuyeron de manera gratuita en los estadios de basquetbol, calles, canchas, supermercados y demás sitios con aglomeraciones. El objetivo era darnos a conocer y crear una expectativa para el siguiente número.

Poco más de un mes después, con todo y las fallas de logística (como se mencionó anteriormente), el número dos con Michael Jordan como nota principal —a propósito de su definitivo retiro—, se vendió en un 60%, al parecer el ícono del basquetbol estadounidense no necesitaba publicidad pues al ser una de las figuras públicas mejor reconocidas internacionalmente, podría decirse que casi se vendió por sí sola.

Llegó el número tres. En la portada un mexicano llamado Omar Quintero daba la cara por el básquetbol nacional. Nunca, ni *Viva Básquet*, había hecho algo similar. Sin embargo, el conflicto del básquetbol en el país se hizo notar y fue el número que menos interesó al público mexicano. Un gran hueco debía cubrirse.

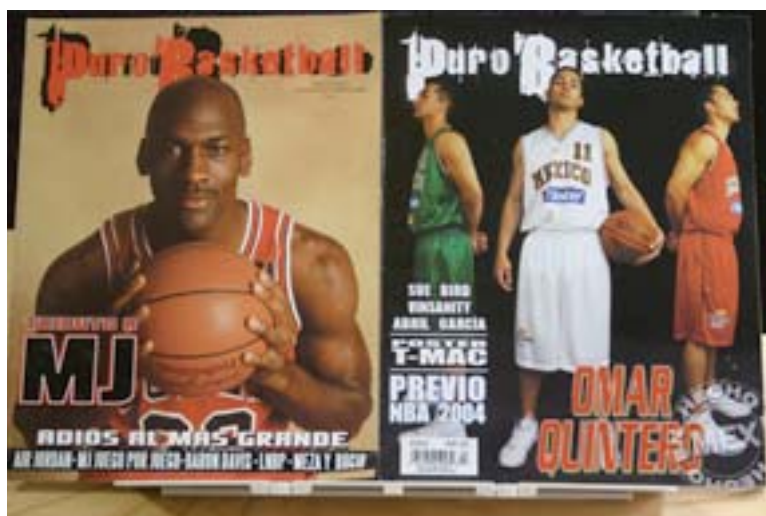


IMAGEN 23
ÉSTAS FUERON LAS PORTADAS DOS Y TRES DE *PB*

Las expectativas hasta el momento para *PB*, parecían ser optimistas. Y se notó en los siguientes números. Desde la edición número cuatro hasta la octava, la revista parecía ir en ascenso en cuanto a preferencia del público y comenzaba a ser tomada en cuenta como medio de referencia:

“Llevo bastantes años driblando, tirando a canasta y no había encontrado gente que viviera, comiera, y respirara basketball como ustedes, adelante sin mirar atrás. Gracias por hacer realidad el sueño de muchos de nosotros...”.⁸⁶, opinó en tiempofuerapb@prodigy.net.mx Alex, uno de los lectores de la revista.

Asimismo el, 6 de agosto del 2004, *PB* recibió una carta de la institución más importante del basketball, FIBA Américas, la cual señaló:

⁸⁶ s/a, Revista *Puro Basketball*, núm. 4, sección “Tiempo Fuera”, México, Puro Basketball Editores. S.A. de C.V., marzo del 2004, p. 6.

“Estimado Sr. Hernández, por medio de la presente tenemos el agrado de comunicarle de forma oficial que de acuerdo con las deliberaciones tomadas por el consejo de comunicaciones de FIBA la revista *Puro Basketball* que usted dirige ha sido acreedora a tres nominaciones en distintas categorías para los premios ‘Assist’ a lo mejor del ramo editorial...”. Las nominaciones fueron: Mejor página editorial, Mejor artículo de opinión estilo libre (“A Tempestade, R. Altazor, PB. No. 5) y Mejor revista especializada en basquetbol 2003-2004.

Un extracto del artículo estilo libre nominado por FIBA Américas es el siguiente:

“Nené es un enviado de Dios, es una prueba de la naturaleza, de lo pequeño que puede ser el hombre y lo grandioso que es cuando desata su furia. Sobre una cancha de juego es un estruendo que primero miras y después escuchas, que cae encima de la vida sin preguntar... Nené ha venido a encestar un balón con furia para que los mortales sepamos dónde estamos parados y de qué somos parte”.⁸⁷

La nominación quedó sólo en eso. Sin embargo, sobresalir entre 212 países donde la Federación --con sede en Suiza—llevó a cabo el concurso, fue un gran mérito para *PB*.

De igual forma la NBA, también llegó a considerar a *PB* entre sus invitados especiales --junto con los periódicos *Récord*, *El Universal*, *Reforma* y la revista *Viva Básquet*-- cada que realizó un evento en el país.

⁸⁷ Altazor R., Revista *Puro Basketball*, núm. 5, “A tempestade (La Tormenta)”, México, Puro Basketball Editores. S.A. de C.V., mayo del 2004, p. 52.

Viernes, 6 de agosto 2004

Sr. Jonathan Hernández
PRESENTE

Estimado Sr. Hernández: con medio de la presente hacemos el agrado de comunicarle de forma oficial que de acuerdo con las deliberaciones tomadas por el consejo de comunicaciones de FIBA la revista Puro Basketball que usted dirige ha sido acreedora a tres nominaciones en distintas categorías para los premios "Asistit" a lo mejor del ramo editorial durante el ciclo comprendido entre agosto de 2003 a agosto de 2004.

Los premios "Asistit" fueron creados por la FIBA con el objeto de reconocer la labor periodística realizada a lo largo del mundo. El campo que comprenden estos reconocimientos se extiende por los 212 países miembros de nuestra familia a través de sus federaciones y todos los medios de comunicación registrados por nuestros representantes en sus distintas zonas.

Las categorías en las que ha sido elegida la revista Puro Basketball para competir son:

Mejor página editorial

- 1.- Ed. Odoaku, Peter Onche, African Basketball Review (NGR)
- 2.- Ed. Mukagwera, Taji, The Gleaner Basketball (RPN)
- 3.- Ed. Hernández, Jonathan, Puro Basketball (MEX)
- 4.- Ed. Simon, Sven, Five (GER)

Mejor artículo de opinión estilo libre

- 1.- "The Real Deal", Jackson, Scott, Slam #72 (USA)
- 2.- "A Tempestade", R. Abucir, Puro Basketball #5 (MEX)
- 3.- "Giorni del Basket", Gandolfi, Giorgio, Quattro Sportivo #37 (ITA)
- 4.- "Over the Wheel", Murray, Tim, Jammie KDS (AUS)

Mejor revista especializada en basketball 2003-04

- 1.- Encuentro (ARG)
- 2.- Full Court Press (USA)
- 3.- Basketball Planet (RUS)
- 4.- Five (GER)
- 5.- Puro Basketball (MEX)

Cada uno de los participantes en las distintas categorías de los premios "Asistit" ha sido elegido en base al contenido y calidad periodística, así como a su encajonamiento del espíritu del basketball.

Le extendemos nuevamente nuestras más honestas felicitaciones a usted y su equipo por el trabajo realizado durante el último año y esperamos la fortuna esté con ustedes para la votación final. Los ganadores en cada una de las categorías serán anunciados el 20 de octubre de 2004 y se harán acreedores a un reconocimiento oficial de parte de FIBA en la ciudad de Ginebra, Suiza.



Atte.
Javier Otero
FIBA Americas
Communications
Sancti Spiritus, Puerto Rico

P.O. Box 8925 Tel: +1787783-2255/0642
Fernández Juncos Station Tel: +1787783-8678
Sancti Spiritus Fax: +1787749-0895
Puerto Rico, 00910 Web: www.fibaamerica.com

IMAGEN 24

ÉSTA ES LA CARTA CON LA QUE FIBA AMÉRICAS COMUNICÓ A PB SOBRE LA NOMINACIÓN

4.4 Desaparece PB

A lo largo del presente capítulo se ha hablado acerca de los pasos y retos que implican la elaboración de una revista. Como pudo apreciarse, tanto diversos factores internos —que pudieron ser manejables—, así como externos, se conjuntaron y tradujeron en múltiples impedimentos para la elaboración de PB. A

continuación se mencionarán a manera de lista, con lo cual se comprenderá mejor el por qué la desaparición de *PB* del mercado editorial:

FACTORES INTERNOS

- Pésima toma de decisiones de todos los socios (incluidos los editores). Preocupados más por el trabajo impreso final, *PB* dejó a la suerte su proyección dentro del mercado editorial al no tener a personas especializadas tanto en el área de ventas como en la de mercadotecnia.
- Lo anterior derivó en la carencia de anunciantes que, si bien condicionaron su aparición en *PB* hasta que fuera un medio formal, sí aceptaron anunciarse de manera gratuita lo cual habla de posibles remuneraciones o intercambios de haberse negociado por un experto.
- Mala administración. Los socios dejaron las decisiones administrativas a los editores, lo cual conllevó a una serie de malos entendidos que al final derivaron en encuentros conflictivos.
- Nula experiencia de los socios involucrados. Ninguno de los socios capitalistas tenía experiencia en el ramo editorial (ni los propios editores); asimismo todos tenían trabajos demandantes (ajenos a la elaboración de la revista) por lo que les fue más difícil involucrarse incluso al momento de hacer juntas administrativas.
- Falta de presupuesto. Una vez que se acordaron las cifras correspondientes a los socios capitalistas, éstas fueron aportadas de manera gradual por algunos de los socios (pues no contaban con el

efectivo en una sola exhibición), lo cual generó retrasos en los pagos con los proveedores y la incredulidad antes mencionada.

- Poca visión a futuro. Una vez que se habló de una posible quiebra, ninguno de los socios propuso investigar acerca de un crédito para Pequeñas y Medianas Empresas (que otorga el gobierno) y saber si el proyecto podía sobrevivir gracias a este tipo de préstamos.

FACTORES EXTERNOS

- Altas tarifas de las empresas distribuidoras. Como se mencionó anteriormente, las excesivas comisiones por parte de las distribuidoras en el país han generado incluso que medios con gran respaldo económico como el periódico *Reforma*, por ejemplo, haya tenido que crear su propia cadena de distribuidores y así evitar el costo que generan las distribuidoras para desplazar su producto.
- Alto costo de las fotografías de la NBA. La empresa Getty Images hace uso de la compra de los derechos reservados de las fotografías de la NBA y sus servicios resultan caros para la elaboración de un producto mexicano.
- Nulo apoyo de las autoridades deportivas. Esto es, ni la CONADE ni las mismas instituciones de carácter deportivo se interesan en apoyar económicamente proyectos independientes pues no los consideran una prioridad para el desarrollo del deporte en México.

- Ni siquiera las autoridades deportivas directamente involucradas se interesaban en la distribución de un medio que pudiera promocionar su deporte.
- Escasa difusión del básquetbol en los medios de comunicación del país y de los deportes en general a excepción del futbol soccer.

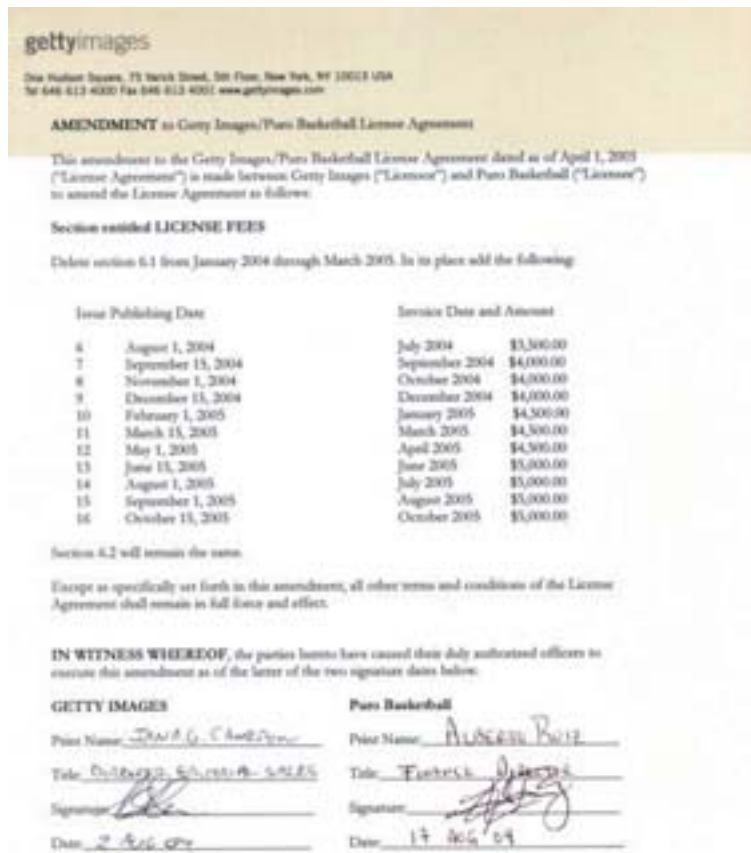


IMAGEN 25
EL CONTRATO DE GETTY IMAGES CON PB

4.5 Las consecuencias

Aunado a los factores internos y externos, los tiempos de pago condujeron a que *Puro Basketball S.A. de C.V.* se declarara en quiebra en octubre del 2005:

Por un lado el crédito de los proveedores, principalmente de la imprenta Infagon y de Getty Images, se volvieron cada vez menos factibles pues ambas empresas condicionaron a no ofrecer el servicio si no había por lo menos un adelanto del 50% del monto total adeudado, el cual ascendía a casi \$ 400 mil pesos. Todo estaba ligado. Las marcas –como se dijo— condicionaban su inversión a la periodicidad de la misma, así que no confiaban en anunciarse en un medio tan inestable. Y así sucesivamente.

Finalmente todos estos factores provocaron el intempestivo cierre de *PB*. La premura no permitió ni siquiera dar aviso formal a los suscriptores, ni publicar una edición de despedida.

Fue así como el problema de *PB* nació, creció y murió de la mano del problema del básquetbol en el país. Una suma que no alcanzó buenos resultados para el básquetbol a pesar de los intentos.



IMAGEN 26
ÉSTAS SON LAS OCHO EDICIONES DE *PB*

CONCLUSIONES

No existe en México bibliografía especializada en deportes en general y en basquetbol en particular. A diferencia de Estados Unidos, donde el origen y desarrollo de los deportes está bien documentado, México ha descuidado su historia deportiva.

A partir de la elaboración de la presente tesis, se llegó a las siguientes conclusiones:

- En el país hay pocos periodistas especializados, entendiendo la especialización como un proceso de investigación y formación constante que derive en trabajos profundos e innovadores de acuerdo a lo que se trató en los primeros dos capítulos.

El terreno del periodismo deportivo, en especial, se basa principalmente sólo en la convivencia diaria con los atletas para lograr una supuesta “especialización”, lo cual no alcanza para cumplir el cometido. Pero esa es precisamente la idea de conocimiento que la mayoría de los reporteros perciben al trabajar para un medio masivo de comunicación, según se vio en el capítulo dos.

- En el caso de *Puro Basketball* en específico, reconozco que tampoco se logró la meta de la especialización –se tuvo que

depender de información del basquetbol estadounidense-- y ese hecho tuvo cierta influencia en el fracaso de la revista.

- El largo conflicto que ha vivido el basquetbol mexicano –tema tratado en el tercer capítulo-- se ha reflejado en una baja sustancial de la afición por ese deporte. Esa circunstancia afectó también el crecimiento de *Puro Basketball*, pues en ocasiones se dificultó la penetración al público. Si no hay basquetbol en la duela, es difícil la existencia de una revista especializada.
- Es importante argumentar que dicha tendencia a la pérdida de afición se debe también a la falta de apoyo por parte tanto de los institutos encargados del deporte y de las grandes difusoras que consideran que el basquetbol ya no es negocio.

La NBA tenía muchos seguidores en el país aun cuando en sus equipos no jugaba ningún mexicano, sobre todo en las décadas de los ochenta y noventa. La gente incluso podía ver el basquetbol por televisión abierta. Años más tarde, primero Horacio Llamas y después Eduardo Nájera lograron contratarse con equipos de la NBA. Entonces viene la contradicción, pues México dejó de transmitir los partidos por televisión gratuita. Vamos a la inversa de la tendencia global de la NBA.

- Todo es un círculo vicioso. Las televisoras que hicieron negocio con la difusión del deporte dan a entender que una vez que el

basquetbol recupere el interés entre la población, podría volver a transmitirse a nivel masivo. Pero mientras no sea visto en televisión nacional menos gente se interesará por el basquetbol. El deporte ráfaga desafortunadamente está empantanado en conflictos de intereses más allá de la práctica deportiva, por lo que la única afectada resulta ser la afición.

- Lo anterior es también un escarmiento que debe tomar en cuenta quien emprenda un proyecto de esta magnitud, lo cual se intentó evadir al momento de la creación de *Puro Basketball*.
- La Universidad Nacional Autónoma de México cumple con cabalidad su función de formar profesionistas que tengan todas las herramientas para competir exitosamente en el mercado laboral. En el caso de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, la *UNAM* brinda a sus estudiantes los recursos técnicos y los apoyos culturales necesarios para un buen desempeño. No obstante, se preocupa poco por brindar otras materias que ayuden a que los egresados tengan conocimientos básicos acerca de administración y negocios para emprender un negocio propio.
- El precio de la realización de la revista –como se vio en el último capítulo-- también arrojó un amplio aprendizaje. La mayoría de las empresas no están interesadas en invertir en otro deporte que no sea el *fútbol* y los costos de distribución es otro de los grandes

obstáculos para la realización de revistas especializadas independientes. Es necesario contar con un gran respaldo económico si se desea sobresalir.

Lo anterior no significa que la apuesta no deba ser con el *fútbol* sino que jalar intereses hacia un deporte que tiene muchas posibilidades de figurar a nivel mundial --como lo demostró en la década de los sesenta y los setenta--, también debe resultar acertado. Finalmente, el basquetbol ha logrado históricamente mejores resultados a nivel mundial que el fútbol. Mantener vivo el conocimiento del basquetbol debe ser una tarea en conjunto, si es que se desea rescatarlo.

Es por ello que la experiencia de la recopilación de la poca información existente en basquetbol motivó --en lo personal-- mi deseo de continuar con la tarea e ir más allá del presente trabajo y así hilvanar aquello que la historia del basquetbol mexicano tiene pendiente por decir.

Se trata de crear propuestas para una mejora en lo que se sabe hay carencia, así que la creación de una referencia bibliográfica bien argumentada (ya sea en un sitio de Internet o por escrito) es una posible salida a la continuidad de mi aportación a este deporte.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acevedo Pesquera, Luis. Tesis: *El periodismo especializado. La experiencia de El Financiero*, FCPyS, UNAM, 2007, 119 pp.
2. Alcoba, Antonio, *Cómo hacer periodismo deportivo*, Madrid, Editorial Paraninfo, 1993, 196 pp.
3. Alonso Hernández, Néstor, *El lenguaje de las crónicas deportivas*, Cátedra, Madrid, 2003, 166 pp.
4. Alvear Acevedo, Carlos, *Breve Historia del Periodismo*. México, Editorial Jus, 1982, 2ª edición, 230 pp.
5. Baena Paz, Guillermina, *Géneros periodísticos informativos*, México, Pax, 1990, 221 pp.
6. Cagigal, José María, *El deporte de la sociedad actual*, Editorial Prensa Española, Editorial Magisterio Español, Madrid, 1975, 157 pp.
7. Chin, Oliver, *The tao of Yao: insights from basketball's brightest big man*, Berkeley, California, Frog Ltd., 2004, 256 pp.
8. De la Vega, Eduardo, *La gloria del basquetbol. Genealogía del Dream Team argentino*, Rosario-Santa Fé, Argentina, Homo Sapiens Ediciones, 2006, 176 pp.
9. Esquivel Hernández, José Luis, *Crónica de la prensa, de la prensa al Internet*, UANL/Facultad de Ciencias de la Comunicación, México, 1996, 206 pp.
10. Ferguson Donald L.; Patten, Jim, *Periodismo en la actualidad*, México, EDAMEX, 1988, 369 pp.

11. Fernández del Moral, Javier; Esteve Morales, Francisco, *Fundamentos de la información periodística especializada*, Madrid, Síntesis, 1996, 199 pp.
12. Fridman Santiago; Aníbal Pablo, *Tesis: El nacimiento del periodismo deportivo en México (1882-1897)*, FCPyS, UNAM, 2001, 274 pp.
13. s/a, Fundación Proempleo. *ISE, Inicie su empresa*, México, 2007, 138 pp.
14. LaFeber, Walter, *Michael Jordan and the new global capitalism*, New York, W.W, NORTON & COMPANY, 2002, 212 pp.
15. Leñero, Vicente; Marín, Carlos, *Manual de periodismo, tratados y manuales*, México, Grijalgo, 1986, 315 pp.
16. Levinsky, Sergio. *El deporte de informar*. Paidós, Estudios de Comunicación, Buenos Aires, 2002, 176 pp.
17. Levis, Diego; Gutiérrez, Ferrer, Ma. Luisa, *¿Hacia la herramienta educativa universal?: enseñar y aprender en tiempos de Internet*, Buenos Aires, Ciccus: La Crujia, 2000, 169 pp.
18. Lombardo, Irma; Camarillo, Ma. Teresa, *La prensa: pasado y presente de México. Catálogo selectivo de publicaciones periódicas*, México, UNAM/Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1990, segunda edición revisada y aumentada, 243 pp.
19. Martínez Valle, Mabel, *Medios Gráficos y técnicas periodísticas*, Buenos Aires/México, Macchi, 1997, 352 pp.
20. Martín Aguado José Antonio; José I. Armentia Vizuite, *Tecnología de la Información Escrita*, Madrid, Síntesis, 1995, 306 pp

21. Menéndez Marcín, Ana María; Toussaint Alcaraz, Florence, *Prensa y nueva tecnología*, México, Trillas, 1989, 120 pp.
22. Michel, Alfredo, *EUA y los deportes: una historia paralela*, México D.F., Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Fideicomiso para la Cultura México/USA, 1994, 345 pp.
23. Orozco Pérez, Carlos Flavio, Notario No. 27 del D.F., “*Testimonio de la escritura de constitución de Puro Basketball Editores, Sociedad Anónima de Capital Variable*”, México, Instrumento 51, 377, Libro 955, 13 de marzo del 2003, 19 pp.
24. Peña Dodero, Mario, *Guerrero de la duela*, México, s/ editor, 2005, 164 pp.
25. Piedrahita, Manuel, *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*, Madrid, Ed. Universitas, 1998, 274 pp.
26. Reed, Luis; Ruiz Castañeda, María del Carmen, *El periodismo en México, 500 años de historia*, México, Edamex, 1995, tercera edición corregida y actualizada, 373.
27. Riva Palacio, Raymundo, *Manual para un nuevo periodismo. Vicios y virtudes de la prensa en México*, México, Plaza&Janes Editores, 2005, 204 pp.
28. Rivadeneira Prada, Raúl, *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, México, Editorial Trillas, 2002, 4ª edición, 336 pp.
29. Sánchez Marín, Carlos, *YMCA México 1891-2006*, México D.F., Artes Gráficas Panorama, 2007, 311 pp.

30. Scanlan, Christopher, *Reporting and writing: basics for the 21st century*, U.S.A, Harcourt Collage Publishers, 2000, 572 pp.
31. Vivaldi Martín, Gonzalo, *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial)*, Madrid, Paraninfo, 1981, 393 pp.

REVISTAS

1. s/a, Revista *Puro Basketball*, núm. 4, sección “Tiempo Fuera”, México, Puro Basketball Editores. S.A. de C.V., marzo del 2004, 64 pp.
2. R., Altazor, Revista *Puro Basketball*, núm. 5, “A tempestade (La Tormenta)”, México, Puro Basketball Editores. S.A. de C.V., mayo del 2004, 64 pp.

PERIÓDICOS

1. Carrera, Tlatoani, “Somos prisioneros de guerra: Llamas”, periódico *Diario Monitor*, s/año, s/num., sección Extremo, México, miércoles 29 marzo de 2006, p. 4D.
2. Carrera, Tlatoani, “La FIBA desconoce a la Alianza”, periódico *Diario Monitor*, s/año, s/núm., sección Extremo, México, martes 17 de enero de 2006, portada.

PROGRAMA

Guerrero, Arturo, entrevistado por Tlatoani Carrera Martínez, *Ludens*, México, Canal 22, 23:00-24:00 hrs., 23 de septiembre 2009.

TESTIMONIOS

Francisco Orduño, ex jugador de la Liga Nacional de Basquetbol Profesional.

Javier Rendón, once veces entrenador de la selección nacional femenil y entrenador de Pumas de la UNAM.

Leopoldo González, periodista especializado en basquetbol.

Omar Quintero, jugador de la selección nacional de basquetbol.

Rigoberto Plascencia, comentarista en la cadena TVC deportes (especialista en basquetbol y futbol americano).

PÁGINAS WEB

1. Lara, Julio César, "Promedia Marcos 'Pipo' Dorado 745 minutos jugados", [en línea], México, Zacatecas, *El Sol de Hidalgo (El Sol de Zacatecas)*, 17 de febrero de 2010, Dirección URL: <http://www.oem.com.mx/elsoldehidalgo/notas/n1522042.htm>, [consulta 26 de marzo de 2010].
2. Martínez Silva, Claudio, "¿Quién salva al basketball?", [en línea], México, El Siglo de Torreón.com.mx, martes 22 de octubre del 2002, Dirección URL: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/6211.quien-salva-al-basquetbol.html>, [consulta: 14 de marzo del 2010].

3. s/a , “Toussaint se queda sin poder en FMB”, [en línea], México, *terra.com.mx*, 14 de noviembre de 2007, Dirección URL: <http://www.terra.com.mx/deportes/articulo/511388/Quitan+el+poder+a+Toussiant.htm>, [consulta 23 de marzo de 2010].
4. s/a, “México podría jugar en eventos mundiales”, [en línea], México, *terra.com.mx*, 13 de marzo de 2010, Dirección URL: <http://www.terra.com.mx/deportes/articulo/897023/Evita+ADEMEBA+que+Mexico+sea+desafiliado+de+FIBA.htm>, [consulta 23 de marzo de 2010].
3. s/a, Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, [en línea], vigésima segunda edición, España, 2001, Dirección URL: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=marketing, [consulta 26 mayo del 2010].