

60  
2el.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

**"CAMPUS ARAGON"**

**EL FUTBOL SOCCER MEXICANO  
EN LA TRANSFORMACIÓN DEL  
ESPECTADOR EN FANÁTICO  
A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN**

**R E P O R T A J E**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN  
Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A**

**LARA ANGULO EVARISTO**

ASESORA : LIC. ISABEL ANGELA LUIS JUAREZ

MEXICO 1997

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

*Agradecimientos*

*Gracias divino creador por darme una familia y mantenerme vivo.*

*A mi Padre :*

*Por que a pesar de que somos tan  
distintos me has brindado un ejemplo de  
trabajo y dedicación .*

*A mi Madre :*

*Por que en todo momento me has  
dado apoyo, comprensión y cariño  
buscando hacer de mi un hombre de  
provecho.*

*A mis Hermanos :*

*Por ayudar con trabajo y  
comprensión que son para mi el peldaño  
hacia el éxito.*

*Al tiempo :*

*Por ayudarme a madurar y ha  
valorar a mis seres queridos.*

*A todos los que no creyeron en  
mí, Gracias por que fueron sus criticas,  
insultos e incomprensión lo que me  
fortaleció reafirmando en mí ser el  
concepto de lucha.*

*Evaristo Lara*

*Lagrimas de dolor brotaron de mi ser cuando  
toque fondo,*

*Parte de mi murió con el fracaso, pero al  
levantar nuevamente la vista decidí seguir  
luchando*

# INDICE

Pág.

## PRIMERA PARTE

<b>INTRODUCCION</b> .....	<b>1</b>
<b>I El futbol</b> .....	
1.1 El futbol en México.....	10
1.2 Representación social del futbol soccer.....	12
<b>II La televisión y el futbol soccer en México</b>	
2.1 Las primeras transmisiones.....	14
2.2 El futbol soccer como empresa.....	17
2.3 El futbol espectáculo y el manejo del tiempo libre.....	19
<b>III La inversión de los 90 minutos "Todos Ponen"</b>	
3.1 ¿Qué vende la televisión?.....	20
3.1.1 ¿Cuánto cuesta patrocinar?.....	21
3.1.2 ¿Quién juega en la cancha?.....	22
3.2 La determinación del estrato social en un Estadio de soccer	
"La frialdad de los números".....	24
3.2.1 El consumismo en el Estadio.....	26
<b>IV El Futbol Mexicano ¿Fetichizado?</b>	
4.1 "En esta esquina : los técnicos". La labor del comentarista	
de Soccer.....	28
4.2 La realidad del Soccer Mexicano "objetividad".....	29

**SEGUNDA PARTE**

**Proyecto de serie radiofónica programa Encuentro deportivo ..... 32**

**TERCERA PARTE**

**Guión Radiofónico del programa Encuentro deportivo ..... 36**

**ANEXO..... 58**

**CONCLUSION.....80**

**BIBLIOGRAFIA.....82**

**HEMEROGRAFÍA.....83**

**FONOGRAFÍA ..... 84**

## INTRODUCCIÓN

Aunque de manera teórica, nuestra sociedad esta firmemente enraizada en la creencia de que todos los ciudadanos tienen derecho (y la capacidad) de elegir sus metas y tomar decisiones criticas, la mayoría de nuestras actitudes esta moldeada por los modelos de comportamiento que ofrecen los medios masivos de comunicación, en especial la Televisión.

Cuando el poder esta concentrado en (y usado por) únicamente la TV se crea una dependencia entre los espectadores y el aparato llamado televisor dando como resultado una enajenación , es decir ya es una necesidad ver la TV.

En segundo termino el telespectador se (pasa, sin darse cuenta, a interactuar en los eventos que presenta la programación televisiva, tal es el caso del futbol.

El objetivo de la presente investigación es dar a conocer la relación que existe entre el futbol y la televisión , al señalar que a partir del surgimiento de la televisión (en 1949) los eventos deportivos, en especial el Soccer, han sido objeto de disputa debido a la cantidad de intereses económicos que hay detrás de ellos.

En el primer capitulo se profundiza en el nacimiento del futbol, el desarrollo que ha tenido, como llega a nuestro país y el impacto causado en la población mexicana.

El segundo capitulo se aboca al análisis de la bicondicionalidad que tiene la televisión y el balompié : se muestra como al desarrollarse la televisión se va nutriendo con la transmisión de partidos de soccer que le van a generar ganancias por publicidad a la vez que los equipos de futbol se consolidan como empresas. Por ultimo en este apartado se hace énfasis en la diferencia entre el futbol practico deportivo y el futbol espectáculo.

Para el tercer capitulo se analiza lo que vende la televisión durante una transmisión de soccer , los costos por anunciarse teniendo como pantalla un partido de futbol y en realidad



que percibe el espectador al estar frente al televisor o dentro de un estadio observando un encuentro deportivo.

Finalmente en el cuarto capítulo se define que el concepto de objetividad no se aplica al hablar del comentario deportivo durante una transmisión de fútbol soccer.

# El Futbol

---

¿ Qué es el Futbol ?

En la actualidad, las redes de comunicación por satélites que sustentan la Prensa, Radio y Televisión, han dado al Futbol Soccer una proyección magistral tanto, que existen millones de aficionados que semana tras semana siguen el desarrollo de este deporte, pero ¿Cuál es el concepto general de Futbol ? :

El Futbol Soccer es un deporte que se practica a dos tiempos de cuarenta y cinco minutos cada uno, participan 22 jugadores divididos en dos equipos pateando un balón con el propósito de introducirlo en la portería contraria y así conseguir una anotación denominada "Gol".



## BREVE HISTORIA DEL FUTBOL

En las cuevas de Kevin en Nueva Guinea se encuentran las imágenes de un hombre persiguiendo o impulsando un objeto redondo que puede ser. una pelota; data de una pintura que se calcula de 10 mil a 12 mil años.

### EL PROTOFUTBOL

CHINA: Tsao Tse y Yang Tse bajo el emperador Xeng-Ti (XXXV siglos A.C.), describen poéticamente como el ejército se entrenaba golpeando, con manos y pies, un pellejo de crines hasta lograr el éxito, la anotación

En JAPON : se jugaba con un balón de cuero relleno de desechos orgánicos con un diámetro de 22 cm. en un terreno cuadrado de 20 metros por lado, limitado por árboles.

GRECIA: En las cuevas de Samotracia se encuentran pinturas del siglo II A.C., en las que se observan vejigas de cerdo rellenas de lanas o crines. Se aprecia, además, que llevan vejigas de aire infladas por medio de un tubo.

Homero cita en "La Odisea" la practica de juegos de pelota Sófocles en "Las Traguinianas" hace la parodia de un deporte de pelota efectuado con las manos. Cral Diem en su historia del Deporte habla sobre el EPISKYRQS (manos, pelota).

ROMA: El Haspartum, violento heredero del anterior, es practicado por el ejército romano para ser. más fuertes y aguerridos

FRANCIA: El Soule o Choule, donde se emplean pies, manos y otras partes del cuerpo era practicado por la aristocracia desde el siglo XI al XIII.



**ITALIA :** El Calcio se jugaba por grupos de 20 a 40 personas por bando. Los partidos se iniciaban con todos los jugadores tomados de la mano en forma amistosa, lo que se interrumpía al empezar las patadas, agarrones, empujones etc.

**INGLATERRA:** A partir del siglo VII y hasta el XII se efectuaban encuentros entre pueblos y aldeas, transportando el balón con manos y pies; posteriormente se efectuaba en espacios limitado y campos roturados\*.

**AMERICA :** Existen códices y campos de juego que manifiestan la existencia de deportes parecidos al fútbol, caso específico México, país en que se desarrollo el juego de pelota.



## PREHISTORIA E HISTORIA DEL SOCCER

Mientras se juegue al futbol, habrá pueblos que se atribuyan su cuna .

Se supone que desde que nuestros ancestros se irguieron sobre dos pies alrededor del período Pleistoceno medio de la era Cuaternaria o Antropozoica, uno de sus instintos primitivos al hallar un objeto móvil fue lanzarlo o patearlo. Por lo tanto, se puede establecer que el antecedente más remoto del futbol es anterior, incluso, a la invención de la rueda .

En las obras literarias de Tsac-Tse y Yang-Tse escritores de la dinastía Hang, existen vagas referencias a un futbol primitivo. La historia China atribuye su invención a un emperador que reinó tres milenios antes de J.C.

Un libro de texto militar del siglo IV, refiere la práctica del Tsu-Chu durante la dinastía Han (de 206 a. de J.C., a 25 después de J.C.). El nombre se explica así : Tsu debe aplicar el puntapié a Chu la pelota de cuero y rellena.

Uno de los actos conmemorativos cuando nacía un emperador era un partido de este deporte entre dos equipos. Delante del palacio imperial se clavaban dos pértigas de bambú, de más de 8 metros de altura, adornadas con listones de seda y colores brillantes. Entre estas se tendía una red de seda con una apertura de alrededor de 30 centímetros. Los competidores pateaban la pelota por turno intentando hacerla pasar por la apertura.

Los japoneses llamaban Kemari al juego en el que participaban 8 hombres que ceremonialmente se pasaban una pelota en un campo de 14 metros de largo, limitado en sus vértices por árboles.

Los arqueólogos aseguran que una especie de futbol se practicaba ya en Egipto y Babilonia hace más de 30 siglos.



De ahí pudo haber llegado a Grecia, pues en la Odisea (libro IV) se dice que Nausica y sus doncellas jugaban el Episkiros. Los romanos aprendieron este deporte practicado por los guerreros espartanos y lo adoptaron, rebautizándolo con el nombre de Harpastum.

Su único parecido con el fútbol actual era quizá el empleo de un balón hecho de vejiga de buey inflada que golpeaban con el brazo para llevarlo a la meta opuesta.

Este antepasado del fútbol pudo haber llegado a las islas británicas con las legiones de Julio Cesar en el año 55 a. de J.C. arraigándose durante cuatro siglos de dominación romana.

Otras versiones atribuyen la creación de este deporte a la celebración de una victoria Británica sobre los romanos, en Derby Inglaterra un martes de carnaval del año 217 de nuestra era.

Algunos historiadores afirman que el pueblo, jugaba fútbol hace siglos, en Chester, Inglaterra los martes de carnaval: siendo la primera pelota la cabeza de un vikingo capturado y decapitado, pateada como diversión.

Los italianos aseguran que el Calcio (nombre con el que se conoce al fútbol en Italia) ya se jugaba en Florencia cuando Inglaterra todavía no terminaba la guerra dinástica de las dos rosas en el siglo V mientras que los franceses practicaban otro deporte seme; ante, el Soule.

Eduardo II emitió el 13 de abril de 1314 una proclama prohibiendo, bajo pena de prisión, disputar juegos de pelota ya que motivaban perturbaciones del orden. Al parecer el fútbol siguió practicándose pueblo 35 años más tarde, Eduardo III ordenó a sus Sheriffs desalentar este fuego y otras prácticas por ser consideradas como detonantes. del ocio.



En Escocia, Jaime III se pronunció también y por las mismas razones contra el fútbol y el golf y Jaime IV lo imitó, aunque al parecer penas benévolas en contra de los infractores.

Isabel I por una parte ennobleció piratas y por otra, impuso penas de una semana de cárcel y penitencia en la iglesia a los jugadores de fútbol.

Sin embargo, la represión Isabelina fue insuficiente para sepultar este juego que desafió las iras de reyes prelados; incluso se sabe que fueron aficionados a 41, personajes tales como Oliver Cromwell, protector de la república de Inglaterra, y escritores tan ilustres como William Shakespeare lo mencionan en sus obras.

Shakespeare hábil retratista de las costumbres de la época de los Tudor, menciona también el fútbol en su Comedia de Errores, informando que en esa época lo mismo se podía patear el balón que las espinillas del adversario o zancadillararlo.

A través del tiempo el fútbol va teniendo una evolución como deporte y es en Inglaterra donde se da su máxima evolución.

En el Reino Unido el fútbol había pasado de ser un deporte estudiantil a diversión del pueblo y así fue como aparecieron las primeras reglas estables, lo cual ocurrió en los colegios de Eton, Harrow y Rugby; en este último se siguió la variación conocida con ese nombre.

En 1820 el la Universidad de Rugby, se reconoce de manera oficial el fútbol, publicándose ahí mismo en 1846, el primer reglamento de competencia que establece que habrá equipos de 15 Jugadores como mínimo y de 60 como máximo .

Durante el reinado de Victoria de Inglaterra, este deporte se extendió de las instituciones educativas a los centros deportivos y en 1855, se creó el Primer Club de Fútbol



el Sherried Clut. En 1863 se crea la primera Asociación de futbol, posteriormente el reglamento único aceptado el 10 de noviembre unificó las diversas tendencias existentes legalizando la patada a la espinilla, la zancadilla y las cargas. El 24 del mismo mes, la Universidad de Cambridge propuso y logró la exclusión del empleo de pies y manos indistintamente, tal como se practicaba en los equipos de Blackheath, Eton, Rugby y otros.

En 1863, once clubes constituían la Primera Asociación de Futbol y cinco años más tarde el número había llegado a 28, en Londres había ya más de cien equipos, aunque muchos de ellos tuvieron una vida efímera.

Más adelante se aceptan en Cambridge las reglas de competición "Código Sheffield" los pantalones deben cubrir las rodillas, las gorras llevan borlas y se inicia el tiro de esquina y tiro libre.

En 1870 se limita a 11 el número de jugadores En 1871 se prohíbe tocar el balón con las manos, excepto el portero, en ese mismo año pudo organizarse la Primera Copa de Inglaterra.

En 1872 el primer partido internacional fue Inglaterra-Escocia, con un empate a cero goles. En 1875 llega a Europa (Holanda Dina marca y Alemania) y se elimina la cinta de tela de la parte superior de la portería sustituyéndola por un larguero de madera.

Hasta 1855 los jugadores reciben paga y en 1889 el árbitro se convierte en la máxima autoridad y se le proporcionan dos jueces de línea. En la época en que el futbol fue exportado a América, ya se jugaba entre equipos de once jugadores diferencia de épocas anteriores en el que el número de participantes por bando era de quince y hasta veinte.

Fue hacia finales de 1800 cuando el futbol salto de Europa hacia América, es así que comenzaron a aparecer equipos en Nueva Jersey Uruguay y Argentina,





Un antecedente del fútbol en América es el Gomácart, de los indios tarahumaras de México que consiste en lanzar una pelota con el pie descalzo y seguirla para volver a lanzarla, sin que sea lícito emplear las manos. Pero este juego es más bien una carrera que se prolonga varios días y noches.

En América antigua también se practica el llamado fuego de pelota: *"Los antiguos habitantes del Continente Americano asombraron a los españoles al momento de su llegada, entre otras cosas, por jugar a la pelota con una bola hecha de un material flexible cuyas propiedades desconocidas para los europeos, hasta ese momento, hacían que su rebote fuera muy vivo. A partir de entonces, los juegos de pelota del mundo se modificaron. Los aficionados a los diferentes juegos de pelota en el mundo moderno pueden presenciar practicar y disfrutar los encuentros deportivos gracias a la aportación admirable hecha por América al mundo en forma de un producto que nuestros antepasados conocían desde hacía siglos: el hule".*

La presencia del juego de pelota en Mesoamérica data de muchos siglos antes de nuestra era, según lo confirman hallazgos arqueológicos. Hubo diferentes formas de jugar la pelota:

- 1) Utilización de las manos para impulsar la pelota.
- 2) Uso de un bastón, palo o mazo para golpear la pelota.
- 3) Posible juego de pelota con el pie. De esta forma se encuentra la pintura mural de Tepantitla.
- 4) La variante más importante y de la que se tiene mayor información es la que se realizaba golpeando la pelota con las caderas. Este tipo de juego llamado en náhuatl Ullamalitzlit, tuvo una amplia práctica en Mesoamérica.



### *Los jugadores*

A la llegada de los españoles, los jugadores eran por lo general miembros de la clase privilegiada.

Había también jugadores profesionales, por lo regular gente del pueblo, quienes gracias a su habilidad en el juego, podían conseguir bienes y una mejor posición social al estar bajo la protección de algún señor importante.

### *Las reglas del juego*

Los jugadores estaban divididos en dos bandos y su número era variable: 1 a 1, 2 a 2, 3 a 3, 2 a 3, etc.

Cuando el número de participantes era muy amplio, los jugadores principales estaban colocados en el patio central y los menos diestros en los patios cabezales.

El campo de juego o tlachtli estaba dividido por una línea o tlécotl pintada en negro o verde, los partidos se jugaban a "rayas" que se iban marcando, quizá hasta llegar a un número previamente convenido.

No se podía golpear la pelota salvo con las asentaderas, la cadera o las rodillas y si se usaba otra parte del cuerpo se consideraba como falta; al igual si la pelota no pasaba la raya perdían. No obstante si algún jugador lograba pasar la pelota a través del anillo, el juego se ganaba automáticamente y el que lograba esta difícil hazaña recibía honores y premios. <sup>ii</sup>



## 1.1 LA LLEGADA DEL SOCCER A MEXICO

A Pachuca Hidalgo se le atribuye la cuna del Soccer en nuestro país pues se dice que los ingleses, trabajadores de las minas en esta región, fueron quienes junto con el whiskey trajeron un pasatiempo europeo conocido como futbol. Sin embargo, existen cuestionamientos acerca de lugar por donde se introdujo el balompié, siendo así, la verdadera cuna podría ser considerada Veracruz.

Los ingleses comercializaban yute en la India para enviarlo a la región fabril de Orizaba. *"y llegaron técnicos, algunos de ellos futbolistas del Rangers y del Celtic, destinados a trabajar en las fábricas de Santa Gertrudis, Cocolapan, Cerritos, Rio Blanco, Nogales Mirafuentes y Santa Rosa".* <sup>iii</sup>

No se sabe exactamente si en Orizaba comenzó el futbol en 1898 o antes. *"Se dice que llegaron tres técnicos escoceses: Duncan McComish, McDonald y Thomas Henghey".*

<sup>iv</sup>

McComish formó hacia finales de 1800 el equipo Orizaba que conquistó el primer campeonato de la historia, en 1902.

Por otro lado, en Pachuca Hidalgo, técnicos y mineros ingleses del grupo de la Compañía Real del Monte, fueron quienes allá por el año de 1900 formaron el primer Club de Soccer que otorgaba remuneración económica para sus integrantes, es decir, el primer Club con características de negocio.

Fueron europeos residentes en las regiones industriales de la República Mexicana, exclusivamente, quienes introdujeron el futbol en nuestro país. Cierto es, que en los colegios



Maristas se práctico inmediatamente este juego entre los escolares, la mayor parte de los cuales eran hijos de la clase acomodada.

Después de formados los clubes de Orizaba y Pachucatel fútbol llega al Distrito Federal y surgen otros tres equipos: Reforma A.C., British Club y México Cricket. Ya existiendo cinco agrupaciones se toma la decisión de organizar la Liga Football Asociación amateur y en 1902 surge el primer Campeonato o Torneo Nacional.

Se dice Nacional por que participaron en esta primera competencia los estados de Veracruz con Orizaba Hidalgo con Pachuca y el D.F. con el Reforma y el British y el México Cricket.

Según datos se sabe que dentro del impulso que Porfirio Díaz dio a diversas actividades tales como las comunicaciones se encontraban a su vez los deportes entre ellos el Golf, Cricket, Tenis, Polo y el Fútbol Soccer. Es curioso, pero el primer mandatario llegó a simpatizar con el Reforma Athletic Club.

El mérito que tuvieron los pioneros al iniciarse en la práctica de un deporte desconocido, hasta aquellas fechas en México, radica en que tal vez sin pensarlo crearon las bases para el fútbol contemporáneo ya no ya no tan solo como deporte, sino más bien como espectáculo que apasiona y arrastra multitudes.



## 1.2 Representación social del Futbol Soccer

### *Representación del Soccer en el espectador a través de la óptica de la Psicología, Sociología y Antropología.*

Practicante no hay fenómeno de la época actual que merezca tanto análisis sociológico y psicológico como el deporte, en este caso el soccer, tanto ha crecido incommensurablemente en magnitud y aprecio. Y, no obstante hasta la fecha, se han realizado escasas tentativas serias de interpretar ese poderoso evento.

El hecho de que las masas se hallen poseídas más que nunca por el futbol, prácticamente obliga a la inteligencia crítica al esfuerzo de la comprensión. También la relación con el soccer parece estar menos determinada por reflexiones críticas que por emociones ciegas e irracionales.

De acuerdo al punto de vista de la Psicología, el futbol es un deporte de combate y de conjunto donde se encuentra la oposición con otro conjunto, lo que mueve al espectador es la búsqueda de sentir, de emocionarse ya sea con la alegría del gol o con el dolor o la tristeza por la derrota. A la vez gran parte del aficionado se proyecta manifestando la necesidad de pertenencia, esa necesidad de formar parte de un grupo, de estar del lado de un equipo. El ser humano tiene una necesidad de juego y una necesidad competitiva, moviéndose en dos extremos: cooperatividad y competencia, al presentarse estas vertientes el espectador trata de solventarlas a través de una actividad que le permita cubrir dichas carencias y es cuando se da la identificación con el soccer, deporte que maneja ambos conceptos, sin que haya una reflexión crítica.

Bajo el perfil de la sociología y el carácter de la Antropología, el individuo que se mueve en el terreno del futbol soccer busca descargar, directa o indirectamente, a través del balompié toda la tensión o estres provocado por los problemas de la vida cotidiana. Al entrar en 90 minutos de competencia (que es la duración de un partido de soccer) en determinado momento, el espectador encuentra el concepto de identificación, deja a un lado la consciencia y busca identificarse con algo que no puede hacer o con algo que le disgusta.

El futbol sumerge tanto a los participantes como a los espectadores en un mundo imaginario en el que las dimensiones de tiempo y espacio pueden cambiar a voluntad. Además se maneja todo un proceso de edificación en: A) El escenario, B) Los participantes y espectadores que se encuentran inmersos alrededor del soccer, y C) Se comparten códigos de iniciación entre los asiduos a este deporte. Se plasman criterios de inclusión y exclusión en grupos de aficionados al futbol, implicando que el aficionado sepa o pueda manejar, en un solo partido información codificada como :

1) Nombres de jugadores técnicos y árbitros, entre otro.



- 2) Manejo de fechas es decir que ha pasado en confrontaciones anteriores con los equipos que en ese momento compiten en la cancha.
- 3) Tener la capacidad de explicar la lógica de las jugadas.
- 4)) Conocer la relación a nivel más profundo de los técnicos que dirigen un equipo, ¿Cuál es su estrategia para ganar?

Estos y otros elementos son los que permiten al aficionado tener la posibilidad de identidad y quien no los maneja es muy difícil que se le incorpore al mundo del futbol. Además implica un supuesto: la dedicación del aficionado para poder manejar todos estos códigos y pertenecer al grupo, parte de su tiempo libre y con ello dominar el cúmulo de información.

Por otra parte el espectador o aficionado vinculado con este deporte, en su mayoría, no tiene una conceptualización firme de lo que es el futbol soccer, cayendo con ello en un patrón de conducta de aceptación hacia determinada actividad por ser la que mayor difusión tiene. (Ver gráfica 1)

El determinar un dato implica tener la seguridad para poder manejarlo, la presente investigación está respaldada por los resultados de una encuesta realizada a 120 personas cuya característica en común, es que asistieron al partido final del Campeonato de Futbol Soccer Mexicano de Primera División Necaxa- Atlético Celaya. El ¿porqué 120 encuestas, es debido a que es la representación del punto uno por ciento del número de aficionados que se dieron cita el sábado 4 de mayo de 1996 en el Estadio Azteca.

El poder de convocatoria que tiene el futbol soccer en nuestro país es impresionante en partidos de trascendencia, concentrar en un escenario a más de 120 mil aficionados y mantener a otros tantos frente a un televisor a la expectativa de que caiga un gol es solo una muestra de lo que en su momento puede provocar una confrontación deportiva, pero ¿que busca encontrar el espectador. Ver gráfica 2).



## II La Televisión y el Futbol Soccer en México

### 2.1 Las primeras transmisiones.

Tanto el futbol como la televisión se usan, en su mayor parte sin la intención de promover el deporte como ejercicio físico.

*"La televisión logrará adoptar las cualidades de los atletas y utilizará a los mismos para vender, y deformar los conceptos hasta donde las autoridades o la ley Federal de Radio y Televisión se lo permita".<sup>v</sup>*

*"El deporte televisado tiene la función de llenar un vacío de aspiraciones y deseos que el sistema ha negado a las clases bajas.*

*Aquí es donde la televisión participa, "proporciona" al telespectador seguridad, fuerza y este a su vez alimenta el control de los medios de comunicación y a su clase social".<sup>vi</sup>*

Prácticamente desde su surgimiento en la década de los 50, la transmisión de eventos deportivos ha sido motivo de disputa y controversia en la televisión mexicana.

*"En 1949 nace XHTV Canal 4, primera televisora comercial de México y América Latina. El titular de la concesión de la empresa Televisión de México, S. A., es el señor Rómulo O'Farril. La primera transmisión fue hecha el primero de septiembre de 1950, aunque realmente se inaugura con una transmisión desde el Jockey Club del Hipódromo el 31 de agosto de este mismo año".<sup>vii</sup>*

Dos años más tarde *"en 1951 nace XEW-TV Canal 2, concesionado a empresa Telemex, S. A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.*

*Eh marzo se hicieron transmisiones de béisbol, pero faltaba experiencia y a la medica hora de iniciada la transmisión falló la -" imagen".<sup>viii</sup>*

En 1952 canal 2 inauguró sus estudios, telecentro, con una función de lucha libre desde Avenida Chapultepec 26, patrocinada por Cervecería Modelo. Canal 4 transmitía la Arena Coliseo con sus luchadores exclusivos.

El canal 4 transmitía los domingos, un partido de futbol desde el Estadio Olímpico Casinos (marca de un cigarro popular en aquella época) a las 11:45 horas y posteriormente, quince minutos antes de las cuatro de la tarde, enviaba cámaras y micrófonos a la Plaza México, para difundir la corrida, bajo el patrocinio de la llantera Euzkadi.



Para 1954, se fusionan los canales 2 y 5 y al año siguiente, el 26 de marzo, surge el primer antecedente del monopolio de la televisión privada Telesistema Mexicano, S.A. Así, se acabo la competencia.

Catorce años después (1968), Surge Televisión Independiente de México (XHTV), respaldada por el Grupo Alfa de Monterrey, la cual inauguró oficialmente sus transmisiones el 25 de enero de 1969 y de inmediato encontró el filón comercial básico: las transmisiones deportivas. En una de sus programaciones de prueba, el 4 de diciembre de 1968, transmitió desde Roma la pelea por el Campeonato Mundial de Peso Medio entre el monarca italiano Nunu Benvenuti y el retador estadounidense Don Fullmer. La cobertura se inicio a las 16 horas a través del satélite Pájaro Madrugador, puesto en órbita en 1965.

Los canales de Telesistema Mexicano, entonces se repartían la "transmisión de la siguiente manera, en domingo por ejemplo: el canal 2 los toros y un partido de futbol; el canal 4, futbol americano y Automovilismo; canal 5, futbol desde Toluca

*El canal 8 dio una férrea batalla a Telesistema precisamente en algo que consideraba de su propiedad: el futbol. En 1970 se llevaría a cabo en México el campeonato Mundial de Futbol y Telesistema ya habia preparado el gran escenario en el Distrito Federal el Estadio Azteca.*

*Entre abril y mayo de 1969, la selección mexicana de futbol realizo una gira por Europa. Telesistema tenía lista la transmisión de los partidos, confiado en que habia adquirido, los derechos en la Federación Mexicana de Futbol sin embargo, canal 8 se le habia adelantado al comprar directamente esos derechos con las federaciones de los países en que jugaria la selección. Después los empresarios decidieron no mantener la competencia y comprendieron que lo mejor era unirse.*

*A principios de 1970, Fomento de Televisión Nacional se fusiono con Telesistema. Posteriormente el 8 de enero de 1973, la televisión del sector privado formo Televisa.*

*Es tan estrecha la vinculación en nuestro país del futbol con la televisión, que han aparecido interés económicos muy importantes.*

*A principios de los años 70, Emilio Azcárraga Milmo (dueño de Televisa), adquiere el club de futbol América y empieza la participación de la televisión privada en el futbol que incluye como instantes cumbres, la realización de los Campeonatos Mundiales de 1970 y 1986"* <sup>14</sup>

Ex 1973 comenzó la gran batalla entre la televisión estatal y la privada, por las transmisiones de Futbol soccer.

La guerra entre los canales estatales y comerciales afloró en serio, ante el Mundial de Argentina 1978, los anuncios Televisa en el Mundial y El Mundial está en el 13, así lo denotaron.

---





En 1977, cuando fue la eliminatoria mundialista en México, Televisa transmitió diferidos encuentros con un propósito bien "claros promover la venta de, Cablevisión, que si pasaba en directo los encuentros del seleccionado nacional. Y funciono el negocio: el 9 de octubre de 1977, el Azteca albergó a 100 mil espectadores que pagaron en promedio 9 pesos por ver el encuentro, ante el anuncio de que el choque México-Haiti se pasaria diferido.

La televisión mexicana origino el nacimiento de la época de oro del futbol: se construyeron estadios como el Azteca en el Distrito Federal Nou Camp en León y en Guadalajara el Jalisco, entre otros

En los años setenta, la presencia de Televisa en el futbol hace penetrar a este deporte en una etapa muy peculiar y paradójica. Si antes la televisión Junto con otros medios masivos ayudaba a llevar público a los estadios ahora los aleja y sólo en ocasiones especiales se dan llenos en los inmuebles. Ver futbol por televisión es una costumbre que va sustituyéndose a la de ir al estadio. La tecnología televisaba que incluye acercamientos de cámara a los Jugadores tomas de diversos ángulos repeticiones de Jugadas trascendentales y goles y una descripción redundante del comentarista en turno Junto con un partido de soccer en muchas ocasiones bajo en calidades, entonces ¿para que asistir al estadio?

Con esa postura impuesta, involuntariamente, para el espectador la que triunfa es la televisión curas tarifas publicitarias durante la transmisión de un juego de soccer son muy elevadas. Los equipos con las tribunas de sus estadios semi vacias quedan subordinados a la televisión y recurren a ella para tratar de equilibrar sus finanzas con ingresos que antes provenian de la taquilla, y ahora en menor proporción de los derechos que paga por transmitir sus partidos, los equipos de futbol se consolidan como empresas.



## 2.2 El Futbol Soccer como empresa

Cuando se exigió el primer pago de entrada a personas que querían presenciar un acontecimiento deportivo, nació el profesionalismo.

Los clubes de futbol con jugadores profesionales son empresas económicas del sector de la prestación de servicios, que venden las exhibiciones de futbolistas como mercancía, a un público que los consume. Tienen la forma de asociaciones anónimas, cuyas acciones se encuentran mayormente en manos de unos pocos industriales.

La disposición de servicios e una empresa futbolística depende de numerosos factores.

La venta de espectáculos deportivos presupone un aparato técnico.

El mismo se basa en un capital en forma de gasto de un estadio lugares de entrenamiento al aire libre y en recintos cerrados así como la sede de una burocracia administrativa.

La utilización de este aparato se halla vinculado a la compra y venta de la fuerza de trabajo: guardias de seguridad, jardineros, cajeros personal de limpieza de oficina, oficinas y de organización.

La obtención de beneficios en el mercado del futbol depende en primera línea de los éxitos deportivos de los equipos del empresario a cargo. Este, por su parte está vinculado a la obtención de trabajadores apropiados: de la adquisición de las capacidades atléticas de un material de Jugadores calificados y de la adquisición de talentos de un equipo de entrenadores que sepa conservar, y en lo posible acrecentar esa capacidad productiva.

En comparación con las recaudaciones de los partidos representan ingresos de mayor importancia, los que provienen de las concesiones para fijación de grandes carteles de propaganda en el estadio o contratos de arrendamiento con las empresas económicas que venden sus mercancías durante los partidos. En el balance anual de una empresa Futbolística surgen los factores que determinan su racionalidad económica.



### Ingresos

Partidos Oficiales  
Partidos de Copa  
Partidos Privados  
Venta de jugadores  
Concesiones de publicidad  
Contratos de arrendamiento,

### Egresos

A) Administración del club  
Mantenimiento de oficinas  
Mantenimiento de los inmuebles del club  
Publicidad para el club Impuestos

### B.) Actividades deportivas

Costos de organización de los partidos  
Viáticos  
Costos de los equipos visitantes  
Salarios de los jugadores  
Salarios de dirigentes y entrenadores  
Premios por puntos ganados  
Compra de jugadores  
Multas impuestas por la Comisión Disciplinaria (impuesta por el árbitro)  
Costos médicos  
Adquisición de vestimenta y aparatos deportivos

### C) GASTOS VARIOS

Gastos del club  
seguros  
Adquisición de literatura técnica

El fútbol pierde entre los aficionados, al igual que entre jugadores profesionales, todo encanto lúdico y queda sometido por completo a la lucha por el éxito deportivo y financiero

En la competencia deportiva, que al mismo tiempo es una lucha por el espectador que paga, los clubes sólo pueden subsistir si aumentan constantemente su capacidad de éxitos deportivos, sometiéndose a una ley inminente que obliga a ampliar de manera constantemente su capital para conservarlo. Si se requiere mantener la competitividad del club se debe restar en las primeras posiciones siendo así que unos pocos clubes a otros más pequeños, quitándoles espectadores, hasta llegar a desaparecerlos quedando solo en el olvido.

---

### 2.3 El Fútbol espectáculo el manejo del tiempo libre



Uno de los elementos muy interesantes del futbol soccer es que en realidad es hasta épocas relativamente cercanas que ha adquirido un gran auge en términos de mercancía.

El futbol no podía estar considerado dentro de los primeros Juegos Olímpicos porque era un deporte asociado básicamente a las clases bajas. Hoy el soccer está más extendido como espectáculo y su mayor importancia es en términos de espectáculo Prostituyendo la esencia de belleza del balompié como deporte.

Es futbol es una actividad que se profesionalizó, marcando la separación más patente de dos grandes tendencias: por un lado el futbol espectáculo (el que se plasma a través de los medios de Comunicación) y por otro, el futbol práctico deportivo actividad que proporciona a quien la practica recreación salud contacto social y educación).

El porcentaje mayoritario de los pobladores de nuestro país denota no ser deportista propiamente es decir el gusto de la gente por un deporte como muchos creen es en realidad necesidad de entretenimiento a través de un espectáculo manejado casi en su totalidad por la televisión.

A medida que el deporte se ha hecho industria ha ido desterrando el placer que nace de la alegría de Jugar porque si.

La difusión universal del futbol se haya ligada al surgimiento de la esfera del tiempo libre en una determinada etapa del desarrollo de la humanidad.

Lo que se hace o se omite en el tiempo libre está determinado por el mecanismo que regula la producción del sistema capitalista es decir durante el lapso en el que individuo aparentemente está libre de actividades, el sistema de producción se emplea para que todos los actos o conductas y destinación del tiempo vaya encaminada hacia una constante renovación y vitalización del modo de producción capitalista. De esa manera, los mecanismos que determinan el ámbito laboral influyen también sobre el tiempo libre, lo cual convierte la idea del ocio en una ilusión. La fuerza del capital ha fusionado el trabajo y el tiempo libre; ambos están entrelazados de tal forma que sólo es posible comprender uno con referencia al otro.

El control del tiempo libre se logra en primer término, por la longitud de la jornada laboral, esa rutina hace que el tiempo libre se convierta en distensión pasiva y en recuperación de la energía para la labor profesional.

La técnica del manejo de las masas ha desarrollado una industria del entrenamiento que mantiene el ocio directamente bajo control.

El futbol organizado es una parte de esa industria que a través de la televisión asume la función de controlar el tiempo de recuperación de las masas, a la vez que impone al espectador de manera instrumentaria, la búsqueda de productos que lo lleven a encontrar, esa recuperación capitalizada a través de adquisiciones o compra.



### **III La inversión de los 90. minutos "Todos Ponen"**

#### **3.1 ¿Qué vende la Televisión ?**

A través del tiempo a nivel mundial, el televisor en los hogares es, ha sido y será fundamental para el ser humano debido a que por medio de esa caja él puede mantenerse informado (Ver gráfica 14) y a la vez entretenido con la programación, tal es el caso de las transmisiones de futbol soccer que son uno de los escapes al estres y aburrimiento del telespectador.

Hoy por hoy el estadio de soccer es un gigantesco estudio de televisión. Se juega para la tele, que ofrece el partido en casa. Y la tele manda.

En todo el mundo, por medios directos o indirectos, la tele decide dónde, cuándo y cómo se juega. El futbol se ha vendido a la pantalla chica en cuerpo y alma y ropa. Los jugadores son ahora, estrellas de la tele.

Ahora pueden ver los partidos millones de personas, y no sólo los millares que cavén en los estadios. Los aficionados se han multiplicado y se han convertido en posibles consumidores de cuanta cosa quieran vender los manipuladores de imágenes. (Ver gráfica 15)

La televisión ofrece medios para que el espectador tenga acceso al futbol dando toda una connotación para la identificación entre los aficionados. El hacer historia, el generar imágenes de futbolistas como héroes, el relatar y relacionar anécdotas curiosas del soccer dentro de una transmisión son constantes de manejo a través de los medios de comunicación para el deporte, donde el espectador juega; un papel importante para el factor consumo, vinculando al aficionado de manera que se sienta audaz al participar de un triunfo (cuando su equipo gana), manifestando su presencia en el terreno de juego a través del televisor y estableciendo ser el jugador número doce (ver gráfica 16), por otro lado dicho medio de comunicación ha influido en el desarrollo tan acelerado del futbol en relación con otros deportes, muchas de las modificaciones hechas, a las reglas del futbol son derivadas de la conveniencia de la Televisión para poder transmitir mejor un partido. Se puede establecer que el soccer se presta, mucho para ser televisado porque sus dos periodos competitivos, de 45 minutos cada uno, están muy pautados. De hecho se aprecian y resaltan más, ciertos elementos del juego en una transmisión televisada, que permite observar tomas y ángulos de jugadas que en un estadio es difícil apreciar.

En relación con el soccer, las dificultades que tienen otros deportes de conjunto para ser televisados es que no pueden ajustarse a los tiempos de publicidad, de modo que no se puede establecer la duración de un partido, además algunos deportes requieren de mucho contexto para que el espectador entienda, las reglas de competencia, la estrategia, las jugadas; en deportes como el futbol americano y béisbol es necesario dar muchos antecedentes y explicaciones de jugadas que se dan sobre el terreno de juego. El futbol soccer es más cercano como experiencia cotidiana, hacia un grupo muy amplio de aficionados que lo pueden practicar y entender de manera más sencilla.



**3.1.1 ¿ Cuánto cuesta patrocinar ?**

Hay que establecer que en una transmisión de Futbol por lo regular se dan tres periodos de 45 minutos, esto es:

45 minutos del Primer tiempo	periodos de duración de un
45 minutos del segundo tiempo	partido de Soccer
45 minutos de	comercialización y publicidad

La publicidad en televisión se da en intervalos de 15 minutos aproximadamente acompañada de los comentarios deportivos.

15 minutos antes de iniciar el partido	dando el previo al encuentro
15 minutos en el intermedio	Resumen del primer tiempo de
	competencia
15 minutos al final del encuentro	Resumen de todo el encuentro

**Proporciones**

De acuerdo a datos estadísticos se puede afirmar que durante una transmisión del balompié normalmente figuran entre 70 y 80 comerciales divididos en los tres periodos antes establecidos.

¿ Cuanto cuesta un comercial en una transmisión de soccer

En TV Azteca		En Televisa Canal 2	
20"	22'825.00	20"	343'000.00
30"	31'125.00	30"	514'500.00
40"	45'650.00	40"	685'600.00
60"	68'475.00	60"	1'029'000.00

Datos tomados de Revista Tarifas y datos medios audiovisuales junio 1996.

Página 245 y 246

Directorios MPM Publicitarios



### 3.1.2 ¿Quién juega en la cancha?

La respuesta puede decirlo un niño es muy obvia, 22 jugadores enfrentándose en dos equipos de once cada uno y regulando su actuación un árbitro sin embargo no están simple. En la cancha podría decirse que también se desarrolla un feroz combate entre firmas comerciales que buscan obtener no un gol, sino un aumento en la venta de diversos productos, ¿y por que en el fútbol?

Es necesario establecer que en una final de campeonato de fútbol asisten aproximadamente 120 mil aficionados, pero estos no serían tan importantes para elevar estratosféricamente las ventas de una empresa si el fútbol además de concentrar a tantos individuos en un inmueble no se televisara. (ver gráfica 17)

Debido al rating que tiene la televisión durante la transmisión de partidos de fútbol las firmas comerciales acuden a ella tratando de encontrar una macrovitrina que exhiba sus productos con gran escala menor tiempo y de una manera inocente ante los ojos del espectador sumido en estado de recepción para la publicidad.

La publicidad intenta poner al servicio de sus fines la catexia emocional que vincula a incontables personal al Fútbol. Hay numerosísimas posibilidades utilizar el soccer como agente de propaganda.

A veces las grandes empresas contratan a equipos deportivos los hacen jugar con el nombre su firma comercial, la cual gracias a los éxitos deportivos de ese conjunto lograr una eficaz publicidad en todo el territorio de sus ventas.

Cuando deportistas de primera magnitud actúan expresamente como vendedores o representantes puede contar con una clientela más numerosa.

Compañías productoras de alimentos se afanan por construir, dentro del mareo de su publicidad, relaciones directas entre el consumo de algún producto y los éxitos deportivos.

A nivel de cancha todos los espacios tratan de ser aprovechados con la finalidad de obtener compradores de los productos que se promocionan a través de :

#### A) La camiseta de los jugadores

Esta se aprovecha como pantalla para comercializar La parte de enfrente de la playera, a la altura media sirve para portar el nombre o logo de un patrocinador al igual que comprende la espalda que puede portar una firma distinta a la de enfrente la técnica característica es que se permita observar con claridad el número de la playera. También en la parte delantera existe una zona destinada a promocionar la marca deportiva con la que el equipo trabaja.



**B) El uniforme del árbitro**

Aunque parezca chusco pero el árbitro al igual que los Jugadores, patrocina la marea deportiva con la que Comisión Disciplinaria tiene convenios de comercialización.

**C) Anuncios alrededor de la cancha**

Es posible identificarlos rápidamente ya que constantemente llaman la atención al cambiar el nombre o firma del patrocinador, esto en trabajo de serie La ubicación de los anuncios se da en toda la circunferencia del terreno de juego.

También se comercializan todos los inserts que durante la transmisora aparecen en la pantalla del televisor como por ejemplo: identificate con presiden cola. Además al inicio de un partido en ocasiones aparecen anuncios de realidad virtual, generalmente e ubican en todo el círculo central de la cancha.





### 3.2 La determinación del estrato social en un Estadio de Soccer "La frialdad de los números"

"En que se parece el futbol a dios? En la devoción que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza que le tienen otros tantos intelectuales". \*

En el Distrito Federal habitan 8235 744 individuos de los cuales 47.83% son hombres y el 52.16% mujeres, el promedio de edad es de 23 años, de tal manera que la población es muy joven, dato que se refleja en los escenarios deportivos.

En el partido final por el título de Campeón del Futbol Mexicano temporada 95-96 el público en promedio oscilaba entre 18 y 25 años según encuestas realizadas. (ver gráfica 3)

Además el 63.3% de los asistentes fueron hombres (gráfica 4) se hace énfasis en el dato debido a que comúnmente en un estadio la mayoría del público pertenece al sexo masculino. Los resultados mostrados en la gráfica 5 indican que un alto índice de los aficionados son solteros de los cuales se desprende que el factor que permite asistir a un estadio es el dinero, y estar soltero implica mayores posibilidades de diversión.

Es importante destacar que a pesar de que el futbol es un espectáculo de carácter público, del cual podemos hacernos participes cuando se trata de estar más en contacto con los acontecimientos que giran alrededor de él existen mecanismos que someten al espectador a comportarse como en su momento conviene a quien maneja el futbol. En un estadio de Soccer el espectador no puede estar en ocasiones donde quisiera estar, y se tiene que regir por la oferta y la demanda del boletaje, quedando así relegado al poder adquisitivo

En el Estadio Azteca la distribución en el inmueble se da de la siguiente manera :

- A) Especial bajo 1<sup>er</sup> nivel \$ 60
- B) Especial alto 2<sup>o</sup> nivel \$ 40
- C) Preferente \$ 25
- D) General (Cabeceras) \$ 6
- E) Plateas altas \$ 40
- F) Plateas bajas \$ 70
- G) Palcos Costo derivado de membresía.

Cabe mencionar que en finales, el costo se eleva en un 25%.



La clasificación anterior muestra como se va determinando el estrato acorde al poder adquisitivo del espectador.

Por lo que respecta al nivel socioeconómico de la gente que acude al estadio se pudo establecer que el porcentaje mayoritario forma parte de la clase castigada. (Ver gráfica 6).

En la gráfica 7, se denota que el 37.5 de las personas que van al fútbol, según esta encuesta, posee una educación por encima del bachillerato y el porcentaje minoritario carece de preparación escolar suficiente.

Para reforzar los datos anteriores se busca establecer a que se dedican las personas entrevistadas, los resultados muestran que en su mayoría son estudiantes (Ver gráfica 8).

Debido al poder de penetración que la televisión tiene en nuestros hogares, es sólo en contadas ocasiones que el público asiste al estadio esto lo demuestran los datos correspondientes a la gráfica 9.

Por último, como dato curioso hay que destacar que el mexicano tiene el hábito del consumismo y generalmente lo manifiesta cuando visita un estadio ya que las cantidades de dinero que gasta en volumen representan una fortuna para las personas que manejan el fútbol espectáculo. (Ver gráfica 10)



### 3.2.1. El Consumimos en el estadio

Una de las características de los mexicanos es que con el pasar del tiempo hemos conservado en gran medida la función de sociedad consumista.

En torno a un encuentro de soccer mucha gente que no practica el fútbol trata de ganarse la vida al vender productos que amenicen o identifiquen a l espectador con el club en los 90 minutos que tendrá de expectativa en tanto juegan 22 hombres en la cancha.

En datos anteriores (gráfica 10) se puede observar que el 35.8% del dinero que el aficionado se gasta en un estadio, lo destina independientemente de la compra del boleto, a la adquisición de recuerdos comida y productos chatarra, pero ¿cómo los obtiene?

#### *Economía Organizada* (con desglose de impuestos)

Dentro del Estadio Azteca existe el Sindicato de Trabajadores y Empleados de Centros Deportivos similares y conexos del D.F. cuyos integrantes son aquellos vendedores que ofrecen al espectador toda clase de artículos que amenicen su estancia en el inmueble.

La agrupación está integrada por 600 asilados y su dirigente les da respaldo de la Sección 4ª de la C. T. M.

El mecanismo de esta fuente de ingresos se da de la siguiente manera ; Sindicato opero desde el 29 de mayo de 1966, trabaja bajo las ordenes de la Administración del Estadio Azteca, existe un contrato colectivo de trabajo que se renova cada dos años, el salario del empleado está sujeto a comisión que otorgan las compañías que trabajan en el Azteca. De esta forma al nivel bajo del estadio se le otorga el 18.5% de comisión y al 2º y 3er nivel 20.5%.



El ingreso del empleado depende de la habilidad y suerte que tenga para vender, pero cuando sus utilidades rebasan tres salario minimos se le aplica su respectivo desglose destinado para Hacienda

Todos estos datos pretenden demostrar que el futbol es un espectáculo que da de comer a muchas personas, aun sin jugarlo, por ejemplo en eventos donde el inmueble presenta un lleno llegan a laborar hasta 2100 personas.

***Economía informal***

(evadora de impuestos)

Las inmediaciones del Coloso de Santa Ursula son campo de disputa de dos agrupaciones: Vendedores deportivos y Comerciantes del Esta dio Azteca. Su origen se remonta al día en que se inauguró el esta dio, La magnitud de las dos agrupaciones oscila entre 320 y 350 según datos proporcionados por el encargado de via pública en la Delegación Coyoacan Los comerciantes no cuentan con el reconocimiento como asociación, por lo cual no se les asignan permisos, no existe control que permita erradicar este tipo, de economía subterránea.



## IV El futbol Mexicano ¿ Fetichizado ?

### 4.1 "En esta esquina: los técnicos". La labor del comentarista de Soccer"

Un fetiche en un objeto material venerado como un idolo. en México los medios de comunicación le otorgan al futbol características que no posee haciéndole ver ante los ojos del telespectador como el mejor del planeta.

En el periódico se hace una crónica de lo que se vio en el partido de soccer, en la radio se narra lo que se está viendo los ojos del narrador son los del radioescucha, y en la televisión se tiene que comentar lo que se está viendo, porque es una redundancia des cribir lo que el espectador observa frente a su televisor.

*"Hoy día los comentaristas acompañan las imágenes pero bien saben que no pueden competir con ellas, en la mayoría de los casos relatan o tratan de narrar, en televisión, partidos de soccer que suelen no tener mucha relación con lo que en ese momento el televidente observa, hay narradores Jugada por Jugada comentarista dedicados a Analizar determinado partido; el especialista que analiza más allá del comentarista y después están los entrevistadores".* <sup>xi</sup>

*"Los animadores de Partidos pueden cantar un gol hasta 10 segundos del mismo modo que puedan destrozarse el lenguaje, inventar conjugaciones y decir unas palabras por otras; todo esto les ha hecho ganarse a pulso la maldición popular que existe sobre los comentaristas de futbol gracias a la cual se les llama tletrados y merolicos. Pero hay otra escuela de comentaristas que desafortunadamente no ha invadido lo suficiente al futbol de nuestro país integrada por aquellas personas que tienen gran conocimiento y manejo del lenguaje y por lo tanto lo respeta".* <sup>xii</sup>

Los estilos adoptados por la televisión mexicana han originado que el público se divida y elija lo que quiere ver de acuerdo al gusto que posee por la forma de comentar, narrar o animar. (Ver gráfica 11)



## 4.2 La realidad del Soccer Mexicano "Objetividad"

Mucho se habla de la objetividad con que el comentarista debe abordar un suceso cualquiera. definición que hemos aprendido en la vida común dice que ser objetivo está relacionado o es perteneciente a un objeto en si y no a lo que puede sentir imaginar o pensar el sujeto que lo observa. De ese modo una visión objetiva ha de ser. desinteresada y sin apasionamientos. Decir objetivo es renferirse a lo que hay o existe en realidad, fuera del mundo interior del sujeto.

La objetividad es tener los suficientes elementos para poder analizar un fenómeno sin que intervenga la emoción.

Lo subjetivo es en cambio, lo que pertenece a nuestra particular forma de sentir o pensar, es lo que concebimos en nuestro interior acerca de lo que existe en la realidad exterior, lo que se produce o manifiesta en el sujeto en si y no en el objeto.

En el comentario deportivo no se puede alcanzar la objetividad total, no desde que el ser humano adjetiva las jugadas, esta seleccionando de que hablar; no habla de todo lo que ocurre en el terreno de juego, no se utilizan los mismos adjetivos para cualquier jugador, no se mantiene el mismo tono de voz para hablar de una a otra jugada. Generalmente en las noticias deportivas hay una regulación de voz muy estudiada, de la frecuencia de voz de cómo mencionar si se ganó o se perdió, en este sentido el comentario deportivo va a estar siempre cubierto de intereses subjetivos .

Es necesario establecer que hoy día el papel fundamental del comentarista es dar elementos que permitan establecer un interés de pertenecer al amplio grupo de aficionados.

Para que un comentarista pueda alcanzar la objetividad con relación a su trabajo tiene que someterse a ciertos lineamientos a seguir :



- a) Dar a conocer como acontece un suceso, no como su voluntad o sus sentimientos lo hicieran desear.
- b) El respeto de la verdad no transgredida ni deformada; no tomar partido ni encontra ni a favor.
- c) Intentar que sobre las bases anteriores, la interpretación sirva para explicar, pero: no para opinar.

En el futbol soccer mientras más elementos maneje el comentarista de los aspectos físicos de las distintas tácticas de la técnica y de los aspectos mentales más objetivo va a ser y sus análisis podrán ser. mucho más preciso.( ver gráfica 12) .

Los comentaristas no se han dado cuenta de la importancia y trascendencia que sus comentarios pueden tener y sin mucha consciencia emiten opiniones sin preocuparse del impacto que puedan causar en el número de personas que los están observando y escuchando en ocasiones los comentarios han acarreado violencia ataques contra jugadores y árbitros vandalismo, en otras ataques contra monumentos ( Caso especifico el Angel de la Independencia, durante la eliminatoria rumbo a Estados Unidos 94).

Resulta difícil comprender como un país de gigantescas proyecciones humanas, técnicas, materiales, y organizativas, de la gran nación Azteca no puede estructurar un deporte y su espectáculo. (ver gráfica 13)



## NOTAS

- 
- <sup>i</sup> Uriarte Maria Teresa El Juego de Pelota Mesoamericana Pág. 13  
<sup>ii</sup> Sociedad de Amigos del Museo El Juego de la Pelota (Una Tradición Prehispánica viva) Pág. 30 y 31  
<sup>iii</sup> J. Cit y Muler El Libro de Oro del Futbol Mexicano Pág. 45  
<sup>iv</sup> Ibidem Pág. 46  
<sup>v</sup> Rodriguez Hernández José Los Teledictos Pág. 53  
<sup>vi</sup> Ibidem Pág. 59  
<sup>vii</sup> Avila C. Victoria Alicia y Otros La Televisión en México Pág. 15  
<sup>viii</sup> Ibidem Pág. 17  
<sup>ix</sup> Ibidem Pág. 18  
<sup>x</sup> Fernández José Ramón El Futbol Mexicano ¿Un juego sucio? Pág. 82  
<sup>xi</sup> Ibidem Pág. 82  
<sup>xii</sup> Ibidem Pág. 83





**PARTE II**

**PROYECTO DE SERIE RADIOFÓNICA**

**ENCUENTRO DEPORTIVO**

# I PROYECTO DE SERIE RADIOFÓNICA

## ENCUENTRO DEPORTIVO

### II JUSTIFICACION

Partiendo de que la radio es un medio de comunicación que informa, entretiene y divierte, queremos darle a la población un programa cuyo contenido haga referencia a todos los aspectos que giran en torno al deporte de mayor difusión en el Distrito Federal, como lo es el fútbol, un espacio que permita al radioescucha desfogar sus inquietudes teniendo como respaldo la experiencia en el comentario deportivo. Para ello se contará con la experiencia de gente especializada en la materia.

Por lo tanto, en cada programa se manejará un tema derivado del Soccer y de interés general que permita al auditorio manifestar su opinión, enriqueciendo el programa a través de llamadas telefónicas.

#### 2.1 Nombre de la serie

Encuentro deportivo

#### 2.2 Serie

El fútbol y sus aspectos

### III Objetivo

Proporcionar al público los temas que giran en torno al fútbol tratando de entender.

### **3.1 ESCENA IDEAL**

Una radiodifusora, un comentarista sus invitados y su público trabajando en equipo realizando programas de entretenimiento, versátiles, de interés general, que logran analizar los aspectos que giran en torno al fútbol.

### **3.2 OBJETIVO**

Ser un programa líder en el análisis del fútbol y sus aspectos.

### **3.3 POLITICAS**

- \_ Los invitados y el equilibrio del programa deben ser profesionales.
- \_ La comunicación es más importante que la técnica.
- \_ El control de la comunicación será llevado por el conductor del programa.
- \_ Procurar el equilibrio de los comentarios entre los involucrados en el programa.
- \_ Usar encuestas para localizar lo que desea la gente.

### **3.4 ESTADISTICAS**

1. Número de llamadas por programa.
2. Felicitaciones y/o peticiones de repetición de invitados.
3. Ingresos por concepto de publicidad.

### **3.5 PRODUCTOS FINALES VALIOSOS**

1. Un programa de radio popular.
2. público alcanzado, complacido y en expansión.
3. Patrocinadores interesados en promoverse a través del programa

#### **IV Antecedentes**

**Existen muchos programas radiofónicos que abordan el tema del soccer, pero ninguno que analice al fútbol como fenómeno social.**

##### **4.1 Temática**

**Temática actual**

##### **4.2 Guía temática**

- 1. El fútbol en México**
- 2. Representación social del soccer**
- 3. La Televisión y el Fútbol en nuestro país**
- 4. El fútbol como deporte en México**
- 5. El fútbol como espectáculo**
- 6. El Fútbol espectáculo y el manejo del tiempo libre**
- 7. El fútbol como empresa**
- 8. La inversión de los 90 minutos**
- 9. La determinación del estrato social en un Estadio de soccer**
- 10. El consumismo en el Estadio**

#### **V Periodicidad**

**Sábados**

##### **5.1 Duración de cada programa**

**60 minutos. Tomando en cuenta que el desarrollo de un tema debe ser de interés general, se maneja de manera holgada; creemos que es el mínimo de tiempo para tratar los puntos derivados de cada tema.**

**5.2 Horario**

**Entre 12 del día y 16 horas**

**VI Modalidad de producción**

**En Vivo**

**VII Género radiofónico**

**Reportaje**

**VIII Público meta**

**Público en general (heterogéneo)**

**IX Estructura**

**Fase I ----- 10 programas**

**X Recursos humanos**

**1 o 2 Comentaristas**

**1 Operador**

**1 Productor**

**1 Asistente de productor**

**XI Recursos técnicos**

**Micrófonos, grabadora de carrete abierto, un deck, unidad de C.D  
y un teléfono con híbrido.**

PARTE III

GUION DEL PROGRAMA

ENCUENTRO DEPROTIVO

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**

1

**ENTRADA**

1 OP ENTRA RUBRICA, SE MANTIENE Y BAJA A FONDO Y SE MEZCLA A CON EFECTOS

2 **DEPORTIVOS**

3 **LOC** Esto es encuentro deportivo y algo más...  
4 **INSTITUCIONAL** La acción cerca de usted...  
5 Conducido por un grupo de expertos...  
6 una manera de hacerle llegar lo que gira en torno a  
7 su deporte favorito

8 OP SUBE RUBRICA, PLANTEA 3 Y BAJA A FONDO HASTA DESAPARECER

9 **LOC 1** ¡Hola que tal! les saluda su amigo Alfredo Cicoletzi  
10 invitándoles a quedarse con nosotros en: En encuentro  
11 deportivo, el día de hoy me acompaña Mary Hernández.  
12 **LOC 2** Que tal, buenas tardes, en encuentro deportivo hoy  
13 hablaremos de la relación que existe entre la  
14 televisión y el fútbol soccer  
15 **LOC 1** Así es que no se vaya, está usted sintonizando  
16 encuentro deportivo.  
17 **LOC 2** El análisis sin compromiso.

18 OP ENTRA SONIDO DE GONG, CD 1, TRACK 4 Y FONDEAR DIALOGO CON SONIDO  
19 DE BULLICIO, TRACK 5.

20 **NIÑO 1** ¿Oye, vas a ir mañana al fut?  
21 **NIÑO 2** No sé, mi papá quedo de comprar los boletos, ¿y tu ?  
22 **NIÑO 1** Mi jefe ya los tiene en casa, haber si vamos  
23 juntos.

24 OP ENTRA GRABACIÓN DE SU MAJESTAD LA REINA DE INGLATERRA DANDO  
25 BIENVENIDA AL LLAMADO FUTBOL, CASSETTE 1, TRACK 1, LIGARLO CON  
26 CASSETTE 2, COLAGE HIMNOS MUNDIALISTAS, BAJA Y QUEDA DE FONDO.

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 2**

1	LOC 3	Mientras se juegue fútbol habrá pueblos que se
12		atribuyan su origen.
3		-Existen códigos y campos de juego en América que
4		manifiestan la existencia de un deporte parecido
5		al fútbol, llamado, Ulama.
6		-En nueva Guinea se encuentran frescos de 10 a 12
7		mil años de antigüedad que muestran a un hombre
8		impulsando a un esférico.
9		-Algunas obras literarias chinas citan un fútbol
10		primitivo practicado hacia el siglo cuatro antes
11		de Cristo, llamado Tsu-Chu.
12		-Japón llamaba Kemari a un juego similar al soccer.
13		Los griegos daban nombre de Episkiros a un juego de
14		pelota en el que únicamente se utilizaban las manos
15		Los romanos los llamaron Haspartum.
16		En Francia hacia el siglo once existió un juego de
17		pelota llamado Soule.
18		Los italianos practicaban el Calcio.
19		-En Inglaterra se presento un juego parecido al
20		Rugby que en mil 820 tuvo reconocimiento oficial y
21		fue llamado soccer.
22	<u>OP ENTRA SONIDO DO GONG, CD 1 TRACK 4 Y SE LIGA CON EFECTO DE CLAXON</u>	
23	<u>TRACK 97.</u>	
24	NIÑO 1	Ya vámonos, se nos va hacer tarde, ya están
25		tocando el claxon.
26	MAMÁ	¡Espérate!, ¿Cual es la prisa? Total un partido más



**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**

**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**

**PÁGINA 3**

**TEMA : FÚTBOL Y TELEVISIÓN**

1                   MARIDO                   No vieja, esta si va a ser una gran final; no  
2    como el churro del año pasado  
3    OP ENTRA SONIDO DE HOMBRES TRABAJANDO EN EL INTERIOR DE UNA MINA.  
4    CD 1. PLANTEA 15° Y DESAPARECE. EN EL RENGLON 16 ENTRA CD 2. TRACK 3.  
5    FONDEAR DIALOGO  
6                   LOC 1                   A Pachuca Hidalgo se le atribuye la cuna del soccer  
7    en nuestro país, pues se dice que los ingleses,  
8    trabajadores de las minas en esta región, fueron  
9    quienes junto con el wiskey (guísqui) trajeron un  
10    pasatiempo europeo conocido como fútbol.  
11                   LOC 2                   Sin embargo existen cuestionamientos acerca del  
12    lugar por donde se introdujo el balón pie, siendo  
13    así, que la verdadera cuna podría ser considerada  
14    Veracruz.  
15    Los ingleses comercializaban yute en la India para  
16    enviarlo a la región fabril de Orizaba, fue de esta  
17    manera que arribaron a nuestro país los primeros  
18    técnicos y futbolistas del viejo continente, algunos de  
19    ellos futbolistas de los equipos Rangers  
20    y Celtics  
21  
22  
23  
24  
25  
26

**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

1                    LOC 1                    Destinados a trabajar en las fábricas y minas, los  
2                                                       ingleses tuvieron la visión de fomentar la practica  
3                                                       de este deporte. No se sabe exactamente si en  
4                                                       Orizaba comenzó el fútbol en mil 898 o antes, pero  
5                                                       se dice que llegaron 3 técnicos escoceses:  
6                                                       Mcdonald,, Duncan McCosmich y Thomad Henguey.  
7                                                       -McCosmish formó el **equipo Orizaba** que conquistó el  
8                                                       primer campeonato en la historia de fútbol  
9                                                       mexicano en mil 902.  
10                    LOC 2                    También en el año de mil 902 nace la primer liga de  
11                                                       fútbol amateur y es hasta seis años después que  
12                                                       David Islas se convierte en el primer jugador  
13                                                       mexicano que participa en un torneo de soccer  
14                                                       profesional puesto que los equipos participantes  
15                                                       en aquel entonces, eran en su mayoría ingleses y  
16                                                       escoceses  
17                    LOC 1                    El fútbol aparece en nuestro país durante el  
18                                                       gobierno de Porfirio Diaz, siendo él mismo quién  
19                                                       dio impulso entre otras actividades a los deportes  
20                                                       como el Golf, Cricket, Tenis, Polo, y Fútbol Soccer  
21                                                       Es curioso, pero el primer mandatario llegó a  
22                                                       simpatizar tanto con el fútbol que era seguidor de  
23                                                       equipo Reforma Athletic Club.  
24  
25  
26

1	LOC 2	El mérito que tuvieron los pioneros al iniciarse
2		en la práctica de un deporte desconocido, hasta
3		aquellas fechas en México, radicó en que tal vez
4		sin pensarlo, crearon las bases para el fútbol
5		contemporáneo, ya no como deporte, si no como
6		espectáculo que apasiona y arrastra multitudes.
7	<u>OP ENTRA MÚSICA CD 3, TRACK 2, PLANTEA 3 Y BAJA A FONDO.</u>	
8	LOC 1	Prácticamente no hay fenómeno de la época actual
9		que merezca tanto análisis como el deporte, en este
10		caso el soccer, que ha crecido enormemente hasta
11		convertirse en el espectáculo más popular del
12		planeta.
13		Actualmente las masas se encuentran poseidas más
14		que nunca por el fútbol; donde la sangre de los
15		gladiadores del balón comienza a hervir sobre la
16		grama de los sueños.
17		De acuerdo al punto de vista de la psicología, el
18		fútbol es un deporte de conjunto y de combate
19		donde se encuentra la oposición con otro conjunto.
20		En relación a esto, Claudia Rivas, psicóloga del
21		Deporte y del Centro de Capacitación de fútbol
22		manifiesta:
23	<u>OP ENTRA INSERT 1, CASSET 3</u>	
24		lo que mueve mucho a la...
25		proyección, identificación con el jugador.
26	<u>OP ENTRA SONIDO DE AMBIENTE DE ESTADIO, CD 1, TRACK 42, FONDEA 10" Y</u>	
27	<u>DESAPARECE.</u>	

1                   LOC 2                   Por otra parte el aficionado manifiesta la  
2   necesidad de pertenencia, esa necesidad de formar  
3   parte de un grupo, de estar de lado del equipo.  
4   Es así que la doctora Rivas opina:  
5                   OP. ENTRA INSET 2, CASSET 3  
6                   -----  
7   El ser humano  
8                   -----  
9   La vida no es así  
10                  OP. ENTRA SONIDO DE BULLICIO EN UN ESTADIO DE FÚTBOL CD 1, TRACK 49 Y  
11                  MEZCLA CON CD 4, TRACK 8, BAJA A FONDO Y MANTEN  
12                  -----  
13                  LOC 1                   Al presentarse esta necesidad, el espectador trata  
14   de resolverla a través de una actividad que le  
15   permite llenar ese vacío y es cuando se da la  
16   identificación con el soccer, deporte que maneja  
17   tanto competencia como unión de grupo con un sólo  
18   objetivo, ¡ganar! Pero, sin que haya en muchas  
19   ocasiones, una reflexión crítica al practicarlo.  
20                  LOC 2                   Bajo la óptica de la Sociología y la Antropología,  
21   el individuo que se mueve en el terreno del fútbol  
22   soccer busca descargar, directa o indirectamente,  
23   a través del balón pié, toda la tensión o estrés  
24   provocado por los problemas de la vida cotidiana.  
25   Al entrar en 90 minutos de competencia, en  
26   determinado momento, el espectador encuentra el  
   concepto de identificación, deja a un lado la  
   conciencia y busca identificarse con algo que no  
   puede hacer o con algo que le disgusta.

1	<u>OP ENTRA CD 5. TRACK 10. PLANTEA 3 Y BAJA A FONDO 15"</u>	
2	LOC 1	El fútbol sumerge tanto a los participantes como
3		a los espectadores en un sólo universo, el fútbol,
4		un mundo imaginario en el que las dimensiones de
5		tiempo y espacio pueden cambiar a voluntad.
6		De acuerdo con la Antropóloga Gloria Falcon, en el
7		fútbol se maneja todo un proceso de codificación:
8	<u>OP ENTRA INSERT 3. CASSET 3</u>	
9		<u>Los criterios de inclusión</u>
10		<u>al manejo de toda la información.</u>
11	<u>OP ENTRA CD 5. TRACK 10. PLANTEA 3 Y BAJA A FONDO DURANTE 15"</u>	
12	LOC 1	Por otra parte, el espectador o aficionado vinculado
13		con este deporte, que es el más popular del mundo,
14		en su mayoría carece de una conceptualización
15		firme de lo que es el fútbol soccer, cayendo
16		siempre con ello en un patrón de conducta de
17		aceptación hacia una determinada actividad por ser
18		la que mayor difusión tiene.
19	<u>OP ENTRA CASSET 3. INSET 4. COLLAGE DE OPCIONES. LIGARLO CON SONIDO</u>	
20	<u>DE GONG CD 1. TRACK 4. Y FONDEAR DIALOGO CON AMBIENTE DE ESTADIO.</u>	
21	<u>TRACK 49</u>	
22	COMPADRE	Mira compadre, está llenísimo, ¡ya vez, por no
23		apurarate! Ahora donde jijos siento a la familia.
24	MARIDO	No te aguites, mira saluda a la cámara.
25	COMPADRE	Oye desde cuando se pasaran los partidos por la Tele
26	MARIDO	Hay, que idea, mejor hay que sentarnos, aunque sea
27		en aquellos escalones.

1 OP ENTRA NARRACIÓN DE TRANSMISIÓN DE SOCCER CD 6. TRACK 5.

2 PLANTEA 10 Y MEZCLA CON PUENTE MUSICAL CD 4. TRACK 7 Y FONDEAR 40.

3 LOC 2 Tanto el fútbol como la televisión se usan en su  
4 mayor parte, sin la intención de promover el  
5 deporte como ejercicio físico.

6 LOC 1 La televisión adopta las cualidades de los atletas  
7 y los utiliza para vender, es decir, el deporte  
8 televisado tiene la función de llenar un vacío de  
9 aspiraciones y deseos que el sistema ha negado a las  
10 clases marginadas. De esta manera las transmisiones  
11 deportivas proporcionan al telespectador instantes  
12 de seguridad y fuerza haciéndole creer que forma  
13 parte del atleta, el equipo o la actividad plasmada  
14 en la pantalla del televisor.

15 OP ENTRA PUENTE MUSICAL CD 4. TRACK 1. PLANTEA 2 Y FONDEA HASTA LA  
16 LINEA 26

17 LOC 2 Prácticamente desde que surge la televisión en  
18 México, en la década de los 50, la transmisión de  
19 eventos deportivos fue, y es hasta la fecha, motivo  
20 de disputa debido a las cantidades exorbitantes de  
21 dinero junto con el mecanismo de control y poder  
22 que se obtiene a través del deporte televisado.

23 LOC 1 de tal manera que en mil 949 nace la primera  
24 televisión comercial de Mexico, XHTV Canal 4,  
25 abriendo sus transmisiones con una emisión desde el  
26 Jockey Club del Hipódromo.

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 9**

1	LOC 2	Dos años más tarde, en mil 951, nace XEW TV Canal 2
2		y este nuevo medio de difusión trata de explotar
3		el potencial del béisbol llevándolo a los hogares
4		a través del televisor.
5	LOC 1	Canal 4 con más experiencia en el medio comenzó a
6		transmitir todos los domingos a las once cuarenta
7		y cinco un partido de fútbol desde el estadio
8		olímpico Casinos.
9	LOC 2	Para mil 955 se da la afición de canales dos y
10		cinco surgiendo con ello Telesistema Mexicano.
11	LOC 1	Trece años después en mil 968, surge XHTV Televisión
12		Independiente de México, cuyo sistema de obtención
13		de ganancias recae en las transmisiones deportivas.
14	LOC 2	Los canales de televisión que han surgido a la
15		sombra de Telesistema, hoy televisa, han dado una
16		férrea batalla en algo que el monopolio consideraba
17		de su propiedad: el fútbol . Es así que en mil 973
18		comenzó la gran batalla entre la televisión estatal
19		y privada por la transmisión de fútbol.
20		La guerra entre los canales estatales y comerciales
21		afloró en serio ante el mundial de Argentina 78,
22		los anuncios: Televisa en el mundial y el mundial
23		esta en el 13, así lo denotaron.
24	<u>OP. ENTRA FONDO MUSICAL. CASSET 2. COLLAGE HIMNOS MUNDIALISTAS</u>	
25		
26		

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO  
PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA  
TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 10**

1	LOC 1	En mil 977, cuando fue la eliminatoria mundialista
2		en México, Televisa transmitió diferidos los
3		encuentros de la selección nacional con el
4		propósito de promover la venta de cablevisión que
5		si pasaba en directo los partidos.
6	LOC 2	Y el negocio funcionó: el 9 de octubre de mil 977
7	:	el Estadio Azteca albergó a 100 mil espectadores,
8		que pagaron en promedio nueve pesos por ver el
9		encuentro, ante el anuncio de que el choque México
10		Haiti se transmitiría diferido.
11		El manejo que la televisión dio al fútbol originó
12		el nacimiento de la época de oro del balompié
13		mexicano, es así que se construyeron estadios
14		como el Azteca en el Distrito Federal, Nou Campo
15		Campo Nuevo en León y en Guadalajara el estadio
16		Jalisco, entre otros. Todos con el propósito de
17		fomentar el crecimiento de la empresa que nació
18		junto con el fútbol.
19	LOC 1	Hoy día, la presencia de la televisión en el fútbol
20	:	especialmente Televisa, hace que se presenta una
21		situación peculiar y paradójica. Si antes los
22		medios de difusión, entre ellos la televisión,
23		ayudaban a llevar público a los estadios, ahora lo
24		aleja de los templos futbolísticos y, sólo
25		ocasionalmente se presentan llenos en estas gradas
26		de los inmuebles.
27		Ver fútbol por televisión es un hábito que va
28		sustituyendo la costumbre de asistir al estadio.



**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO  
PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA  
TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 11**

1	LOC 2	La tecnología televisiva con acercamiento de
2		cámara a los jugadores, tomas de diversos ángulos,
3		repeticiones de jugadas trascendentales y goles,
4		hace que el espectador se mantenga sumiso frente al
5		televisor, de tal manera que las tribunas de los
6		estadios quedan semivacias, dejando a los equipos
7		subordinados a la empresa televisiva para tratar
8		de equilibrar sus finanzas con ingresos que antes
9		provenían de la taquilla, y ahora en menor
10		proporción de los derechos que paga por transmitir
11		sus partidos. De esta manera la televisión gana
12		muchos miles de dólares al vender los espacios
13		publicitarios, que presentan durante una
14		transmisión, al mejor postor.
15	<u><b>OP SUBE MUSICA. PLANTEA 3º. MEZCLA CON EFECTO DE GONG CD 1. TRACK 4.</b></u>	
16	<u><b>Y FONDEA CON SONIDO DE ESTADIO TRACK 4º.</b></u>	
17	MARIDO	Compadre sí que la regamos, ya vez te estoy
18		diciendo vamos temprano.
19	COMPADRE	Huy, pobre y delicado ¿Qué, a poco te gastarías
20		todo lo de tu semana por un mugroso lugar?, mejor
21		ya sientate que te van a ganar el escalón y ya va
22		a empezar el juego.
23	<u><b>OP ENTRA NARRACIÓN DE GOL EN PORTUGUES. CASSET 3. TRACK 2. PLANTEA</b></u>	
24	<u><b>5º Y BAJA A FONDO.</b></u>	
25		
26		

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO  
PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA  
TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 12**

1	LOC 3	¿En qué se parece el fútbol a dios? En la devoción
2		que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza
3		que le tienen otros tantos intelectuales.
4	LOC 2	Es importante destacar que a pesar de que el fútbol
5		es un espectáculo de carácter público, del cuál
6		podemos hacernos partícipes, cuando se trata de
7		estar más en contacto con los acontecimientos que
8		girar al rededor de él existen mecanismos que
9		someten al espectador a comportarse como en su
10		momento conviene a quien maneja al fútbol.
11	LOC 1	En un estadio soccer el espectador no puede
12		presenciar el juego desde donde quisiera, se tiene
13		que regir por la oferta y demanda del boletaje,
14		quedando así relegado al poder adquisitivo.
15		En el Estadio Azteca, la distribución del público
16		dentro del inmueble se manifiesta conforme a la
17		cantidad de dinero que se tiene para comprar un
18		boleto, es así que, la localidad más barata cuesta
19		seis pesos y los sitios desde donde se aprecia
20		mejor un partido de soccer oscilan entre los 60 y
21		70 pesos, por lo tanto en pocas ocasiones el
22		público asiste al estadio ya que según, es más
23		cómodo y barato verlo en televisión.
24		<u>OP SUBE MUSICA, PLANTEA S° Y DESAPARECE, ENTRA SONIDO DE GONG, CD 1.</u>
25		<u>TRAC 4. LIGAR CON AMBIENTE DE ESTADIO. TRACK 49.</u>
26		

1           MARIDO           Mira ya están saliendo los jugadores.  
2           COMPADRE           pero ¿Cual es cual?, yo solo veo a los uniformados  
3                               de Coca-Cola y el equipo que dice Corona. Estoy  
4                               convencido que la regamos, no podré ver el partido  
5                               como yo quería; definitivamente es mejor verlo por  
6                               tele, ahí ni te cobran y además hay repeticiones.  
7           MARIDO           Mira mejor mochilas con las chelas, Tú pagas las  
8                               primeras. ¿Que te parece?, ¡ah y no se te olvide que  
9                               la familia también tiene sed!. ¡he!  
10    OP ENTRA CASSET 2. HIMNOS MUNDIALISTAS. COLLAGE. PLANTEA 5". Y LIGAR  
11    CON AMBIENTE DE ESTADIO CD 1 TRACK 50. FONDEAR 30" Y DESAPARECE. \_\_\_\_\_  
12           LOC 1           El mexicano tiene el habito del consumismo y  
13                               generalmente lo manifiesta cuando visita un estadio  
14                               ya que las cantidades de dinero que gasta en volumen  
15                               representan una fortuna para las personas que  
16                               manejan el fútbol espectáculo  
17           LOC 2           Por otra parte, en torno a un encuentro de soccer  
18                               mucha gente que no practica el fútbol trata de  
19                               ganarse la vida al vender productos que amenicen o  
20                               identifiquen al espectador con el club en los 90  
21                               minutos que tendrá de expectación en tanto juegan  
22                               en la cancha.  
23  
24  
25  
26

1                         LOC 1                         Está comprobado que tres de cada 10 personas que  
2   asisten a un estadio , gastan su dinero  
3   independientemente de la compra de su boleto, en la  
4   adquisición de recuerdos, comida y productos  
5   chatarra, pero ¿Como los obtienen?  
6   -Dentro del Estadio Azteca existe el Sindicato de  
7   Trabajadores y Empleados de Centros Deportivos  
8   similares y conexos del Distrito Federal, cuyos  
9   integrantes son aquellos vendedores que ofrecen al  
10   espectador toda clase de artículos que amenicen su  
11   estancia en el inmueble.  
12   -Fuera del Coloso de Santa Úrsula también existen  
13   abastecedores de recuerdos y comidas chatarra  
14   organizados en dos agrupaciones: Vendedores  
15   Deportivos, y Comerciantes del Estadio Azteca, pero  
16   estas agrupaciones no cuentan con reconocimiento  
17   oficial de la Delegación Coyoacan, pasando a ser  
18   de esta forma promotores de una economía subterránea  
19   evasora de impuestos.

20    OP ENTRA SONIDO DE GONG. CD 1. TRACK 3. Y MEZCLA FONDEANDO CON  
21    SONIDO DE TELEVISOR. TRACK 27.

22                         JOVEN 1                         Que bueno no fuimos al estadio.  
23                         JOVEN 2                         Es cierto, no cabe ni un alfiler.  
24                         JOVEN 3                         Aqui no gastamos en entradas ni pasajes, además se  
25   aprecia mejor el parido, haber ¿Cuál es el mejor  
26   equipo?

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 15**

1 **OP ENTRA PUENTE, CANTO DE JORDI, CASSET 3, TRACK 6, PLANTEA 10" Y BAJA**  
2 **A FONDO.**

---

3                   LOC 1                   A través del tiempo a nivel mundial el televisor  
4   en los hogares ha sido y será fundamentalmente para el  
5   ser humano, ya que por medio de esa caja él puede  
6   mantenerse informado y a la vez entretenido con  
7   la programación, es así que las transmisiones de  
8   fútbol soccer forman parte de la programación que  
9   liberan del estres y aburrimiento al telespectador.

10 **OP DESAPARECE MUSICA Y ENTRA FONDEANDO, CASSET 4, TRACK 3,**  
11 **COLLAGE HIMNOS DE EQUIPOS NACIONALES.**

---

12                   LOC 2                   En todo el mundo, por medios directos o indirectos  
13   la televisión decide dónde, cuándo y cómo se juega.  
14   El fútbol se ha venido a la pantalla chica en  
15   cuerpo, alma y ropa. Ahora pueden ver los partidos  
16   millones de personas, y no solo los millares que  
17   cabén en los estadios. Los aficionado se han  
18   multiplicado y se han convertido en posibles  
19   consumidores de cuanta cosa quieran vender los  
20   manipuladores de imágenes.

21                   LOC 1                   Hay que establecer que en una transmisión de  
22   fútbol, por lo regular está integrada por tres  
23   periodos de 45 minutos, estos se dosifican en:  
24   45 del primer tiempo de competencia, 45 del  
25   segundo y por si esto fuera poco, 45 minutos de  
26   comercialización y publicidad continua.

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 16**

1                   LOC 2                   La publicidad en televisión se da en intervalos  
2   de 15 minutos aproximadamente, acompañada de los  
3   comentarios deportivos, de tal forma que: aparecen  
4   15 minutos de comerciales antes de iniciar el  
5   partido, dando el previo del encuentro. Hay otro  
6   en el intermedio de la transmisión de 15 minutos  
7   aproximado acompañado del análisis de los  
8   comentaristas en torno al primer periodo de  
9   competencia y por ultimo, aparece un bloque de  
10   comerciales después de concluir el partido que  
11   dura en volumen 15 minutos, éste se mezcla con el  
12   resumen de toda la competencia deportiva.  
13                   LOC 1                   De acuerdo a datos estadísticos, en una transmisión  
14   del balompié figura entre 70 y 80 comerciales, por  
15   lo que las cantidades de dinero que cobran las  
16   televisoras por anunciar productos durante un simple  
17   partido de soccer son: en Televisa por 70 comerciales  
18   de diversas firmas se recaban cerca de cinco millones  
19   de dólares; y en Televisión Azteca por el mismo rublo  
20   de comerciales se obtiene nada menos que 300 mil  
21   dólares.  
22                   LOC 2                   En la cancha podría decirse que también se desarrolla  
23   un feroz combate entre firmas comerciales que buscan  
24   obtener no un gol sino un aumento en la venta de  
25   diversos productos.  
26

1            LOC 1            Debido al rating que tiene la televisión durante  
2                                      la transmisión de partidos de fútbol, las firmas  
3                                      comerciales acuden a ella tratando de encontrar una  
4                                      macrovitrina, que exhiba sus productos en gran  
5                                      escala, menor tiempo y de manera inocente ante los  
6                                      ojos del telespectador que finalmente es un potencial  
7                                      consumidor sumido en estado de recepción para la  
8                                      maravillosa publicidad.

9            LOC 2            A nivel de cancha todos los espacios tratan de ser  
10                                     aprovechados por la televisión con la finalidad de  
11                                     obtener compradores de los productos que se  
12                                     promocionan a través de:  
13                                     La camiseta de los jugadores que además de cubrir  
14                                     el cuerpo del deportista, sirve para portar el  
15                                     nombre o logo de un patrocinador.  
16                                     El uniforme del árbitro también asume la función de  
17                                     exhibidor de la marca deportiva con la Comisión.  
18                                     Disciplinaria tiene convenios de comercialización.  
19                                     Por último, los anuncios publicitarios alrededor  
20                                     del campo de juego son la muestra más palpable del  
21                                     romance entre la publicidad y el fútbol.

22   OP ENTRA SONIDO DE GONG. CD 1. TRACK 4. LIGAR FONDEANDO CON SONIDO  
23   DE TELEVISOR. TRACK 22.

24  
25  
26

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 18**

1	JOVEN 1	Por fin, se acabó el primer tiempo.
2	JOVEN 2	te sudo ¿Verdad?
3	JOVEN 3	¿Cuál sudor?, ¡si vamos jugando bien!
4	JOVEN 4	La mera verdad, el árbitro les perdono ese penal.
5	JOVEN 1	¿Cuál penal si ni lo tocó?, ya vez lo que dijo el comentarista.
6		
7	JOVEN 4	Ese hombre no sabe lo que dice, es pagado por el equipo de la empresa, ¡No es objetivo!
8		
9	JOVEN 3	¿Y qué, sería objetivo si hubiera dicho que hubo falta dentro del área?
10		
11	JOVEN 2	No seas tonto, ese nunca va a hablar de lo que no marca el árbitro cuando el beneficiado es el equipo del patrón.
12		
13		
14	JOVEN 4	Objetividad, objetividad ¡la manga!
15	<u>OP ENTRA NARRACION DE GOL. CD 6. TRACK. PLANTEA 30" Y MEZCLA CON</u>	
16	<u>CD 7. TRACK 1. PLANTEA 5" Y BAJA A FONDO.</u>	
17	LOC 2	En México los medios de comunicación le otorgan características que no posee haciéndole ver ante los ojos del telespectador como el mejor del planeta
18		
19		
20	LOC 1	Mucho se habla de la objetividad con que el comentarista debe abordar un suceso cualquiera, sin embargo en el comentario deportivo no se puede alcanzar la objetividad total, no desde que el ser humano adjetiva las jugadas, está seleccionado de que hablar; no habla de todo lo que ocurre en el terreno de juego.
21		
22		
23		
24		
25		
26		



1	LOC 2	El comentarista no utiliza los adjetivos para
2		hacer referencia de cualquier jugador, no mantiene
3		el mismo tono de voz para hablar de una jugada a
4		otra, jugada.
5	LOC 1	Generalmente en las noticias deportivas hay una
6		regularización de la voz que estudiada en cuanto
7		a frecuencia, el como mencionar si se gana o se
8		perdió es muestra de ello, en este sentido el
9		comentario deportivo va a estar siempre cubierto de
10		interés y este siempre será subjetivo.
11	LOC 2	El comentarista se rige por su manera de sentir y
12		su función por lo tanto es errónea en el ámbito
13		del trabajo profesional. Hoy día únicamente los
14		personajes que manejan el fútbol sólo dan elementos
15		que provocan en el espectador el interés de
16		pertenecer al amplio de aficionados, para
17		después venderlos como rating.
18	<del>OP SUBE MUSICA Y DESAPARECE. LIGAR CON SONIDO DE GONG. CD 1.</del>	
19	<del>TRACK 4. FONDEAR CON SONIDO DE TELEVISOR. TRACK 22</del>	
20	JOVEN 4	¿Qué, a poco ya se acabó?
21	JOVEN 3	un mugroso empate a cero goles.
22	JOVEN 2	¿y en esto desperdicié mi tiempo?
23	JOVEN 1	Que poca, pero que poca ambición de los equipos,
24		me caé que no vuelvo a ver ese juego, por lo menos
25		hasta la próxima final.
26	<del>OP ENTRA PUENTE MUSICAL. CD 5. 10. PLANTEA 10" Y BAJA A FONDO.</del>	

PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO  
 PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA  
 TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN

PÁGINA 20

1	LOC 2	Uno de los elementos muy interesantes del fútbol
2		soccer es que en realidad hasta épocas
3		relativamente cercanas que han adquirido un gran
4		auge en términos de mercancia, siendo así que el
5		balampié no podía ser considerado dentro de los
6		juegos Olímpicos, porque era asociado
7		básicamente a las clases bajas.
8		<del>OP.MEZCLA FONDEANDO CON PUENTE MUSICAL. CD 8. TRACK 4</del>
9	LOC 1	Hoy el soccer conocido como deporte más popular
10		del mundo está más extendido como entretenimiento
11		y su mayor importancia es en términos de espectáculo
12		prostituyendo la esencia y belleza del balón pié
13		como deporte.
14		<del>OP.MEZCLA FONDEANDO CON CD 5. TRACK 10 EN LA PALABRA "TENDENCIAS"</del>
15	LOC 2	El fútbol se profesionalizó, marcando dos grandes
16		tendencias: por un lado el fútbol espectáculo,
17		difundido por los medios de comunicación y el
18		fútbol práctico deportivo que en nuestro país la
19		población no ve como tal. El gusto que se tiene
20		por un deporte como muchos creen, es en realidad
21		necesidad de entretenimiento a través de un
22		espectáculo manejado casi en su totalidad por la
23		televisión.
24		<del>OP.MEZCLA FONDEANDO CON CD 8. TRACK 4</del>
25		
26		

1                   LOC 1                   Al consolidarse la televisión en nuestro país ha  
2   desarrollado una técnica de manejo de masas a través  
3   de una industria del entretenimiento que mantiene  
4   el ocio bajo control. Siendo así que el fútbol  
5   espectáculo es una parte de esa industria que  
6   a través del televisor asume la función de controlar  
7   el tiempo de recuperación del individuo.  
8                   ~~OP ENTRA PUENTE MUSICAL, NOS VAMOS AL MUNDIAL, CD 6, TRACK 1,~~  
9                   ~~PLANTEA 5 Y BAJA A FONDO.~~  
10                  LOC 1                   Los comentaristas no se han dado cuenta de la  
11   importancia y trascendencia que sus comentarios  
12   pueden tener y sin mucha consciencia emiten  
13   opiniones sin preocuparse del impacto que puedan  
14   causar en el número de personas que los están  
15   observando, escuchando o leyendo. En ocasiones los  
16   comentarios han traído consigo violencia, ataques  
17   contra jugadores y árbitros, además del vandalismo  
18   e inclusive ataques a monumentos que forman parte  
19   del patrimonio cultural de nuestro país.  
20   Todo gracias a la mala imagen que se le ha dado al  
21   aficionado de un fútbol espectáculo que no posee  
22   las mejores cualidades del planeta, como se menciona  
23  
24  
25  
26

**PROGRAMA: ENCUENTRO DEPORTIVO**  
**PRODUCTOR Y GUIONISTA: EVARISTO LARA**  
**TEMA :FUTBOL Y TELEVISIÓN**

**PÁGINA 22**

1                   LOC 1                   Recordemos, la Selección Mexicana es uno de los  
2   representativos que han participado mayor número  
3   de veces en las copas del mundo. Diez ocasiones ha  
4   paseado su bandera tricolor en los escenarios  
5   mundialistas, pero ¿Qué le ha significado esa rica  
6   experiencia desde el punto de vista de prestigio  
7   internacional?  
8   salvo uno o dos triunfos esporádicos que no han  
9   tenido otro tributo que alimentar las esperanzas  
10    de miles de seguidores.  
11    Cantidad más calidad no significa mucho en el  
12    fútbol, por lo menos esto se refleja en los  
13    resultados  
14                   OP ENTRA RUBRICA DE SALIDA, PLANTEA S<sup>o</sup> Y BAJA A FONDO.  
15                   LOC 2                   En la elaboración de este programa participaron:  
16   en la conducción Mary Hernández, Alfredo Cocoltzi  
17   y Leobardo Hernández.  
18   En los controles técnicos: Susana Ochoa y Guillermo  
19   Avenidaño  
20   Esto fue: Encuentro Deportivo.  
21                   OP ENTRA SALIDA DEL PROGRAMA ENCUENTRO DEPORTIVO.  
22  
23  
24  
25  
26

# ANEXO

**FUTBOL Y ESPECTADOR**  
**Sábado de Mayo**  
**" 1996 "**

COLONIA EN LA QUE HABITA \_\_\_\_\_ DELEGACIÓN: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Colocar dentro del paréntesis el número de la respuesta elegida.

---

**DATOS GENERALES**

Edad ( )

1. 18-25
2. 26-35
3. 36-45
4. 46 o más

Sexo ( )

1. Masculino
2. Femenino

Estado Civil ( )

1. Soltero
  2. Casado
  3. Divorciado
  4. Viudo
  5. Separado
  6. Unión Libre
- 

Número de focos que tiene en casa ( )

1. 1-8
  2. 10-15
  3. 16-30
  4. 30 en adelante
- 

Escolaridad ( )

- |                            |                                   |
|----------------------------|-----------------------------------|
| 1. Sin escolaridad         | 7. Preparatoria Completa          |
| 2. Primaria Incompleta     | 8. Profesional Técnica Incompleta |
| 3. Primaria Completa       | 9. Profesional Técnica Completa   |
| 4. Secundaria Incompleta   | 10. Profesional Incompleta        |
| 5. Secundaria Completa     | 11. Profesional Completa          |
| 6. Preparatoria Incompleta | 12. Posgrado                      |

Actividad principal ( )

¿ En qué trabaja?

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| 1. Empleado u obrero   | 6. Quehaceres del hogar     |
| 2. Jornalero o peón  | 7. Estudiante               |
| 3. Trabajador por su cuenta o<br>Profesionista independiente | 8. Jubilado o pensionado    |
| 4. Patrón empresario con negocio                             | 9. Incapacitado permanente. |
- 

¿ Qué representa el Futbol Soccer para usted? ( )

1. Espectáculo que reúne a la población semana tras semana sin importar diferencias de clase social.
2. Deporte más popular del mundo.
3. Medio que permite olvidarse de los problemas aunque sea 90 minutos.
4. Actividad destinada sólo a individuos de características especiales.
5. Medio que permite mantener sumisa a la población a través del manejo que le dan los medios de comunicación.

2) ¿Qué tanto esta vinculado con este deporte? ( )

1. Por lo regular lo observo por Televisión.
2. Lo observo por T.V y lo práctico.
3. Lo observo por T.V y asisto al estadio frecuentemente
4. Participo de él por que es una tradición y en casa todos lo hacen.

3) ¿ A través de que medio de comunicación se entera de los partidos de Futbol Soccer?

1. Medios Impresos (Periódicos y revistas)
2. Radio
3. Televisión
4. Otros Medios (por medio de amistades)

4) ¿Considera que este deporte tendría la misma trascendencia sino se televisará? ( )

- 1 Si
2. No

5) ¿Porqué? ( )

1. La gente ya no asistiría a los estadios.
2. Tendría más auge al no televisarse.
3. Sería lo mismo pues la desinformación genera curiosidad.

6) ¿Cuales son sus comentaristas deportivos favoritos en T.V. ? ( )

1. Raúl Orvañanos, Enrique (Perro) Bermudes y Juan Dosal.
2. José Ramón Fernández, Roberto Gómez Junco y Francisco Javier González
3. Pablo Carrillo y Rodolfo Vargas.
4. Ninguno ,

7) ¿ Creé que exista objetividad en el comentario deportivo? ( )

- 1 Si
2. NO

8) ¿Porqué? ( )

1. Se dice realmente lo que ocurre con el deporte mexicano.
2. No se dice lo que realmente ocurre con el deporte mexicano.
3. No por que el comentarista habla según el beneficio que pueda obtener

9) ¿Cuál cree que sea actualmente el nivel del futbol mexicano? ( )

1. Bueno ( A la altura del europeo).
2. Regular (se juega de acuerdo a las limitantes que marca la gente que maneja el futbol mexicano).
3. Malo (No existe avance en los últimos años y se juega mal).



10) ¿Qué tipo de intereses cree que se manejen tras un simple partido de Soccer? ( )

1. Económicos.
2. De sumisión y control de la sociedad.
3. No se maneja ningún interés.

11) ¿ Cuantas veces asiste a un estadio de soccer en una temporada?

1. De 1 a 4
2. Alrededor de 10
3. Sólo a las liguillas
4. Unicamente a la Final del Campeonato Mexicano

12) ¿Con quién asiste al estadio? ( )

1. Sólo

13) ¿ En promedio cuánto dinero se gasta al asistir a un estadio? ( )

1. Alrededor de 20 pesos
2. Entre 50 y 90 pesos
3. Arriba de 100 pesos
4. Cerca de 500 pesos cuando se va con la familia

14) ¿ En qué? ( )

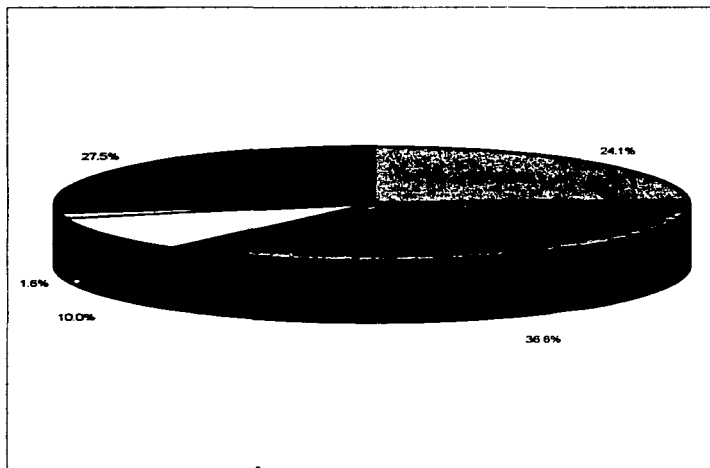
1. Pasajes y Boletos de entrada al estadio
2. Pasajes, Boletos y Suvenir o recuerdos (Banderolas, llaveros, etc)
3. Pasajes, Boletos, refrescos, Cervezas, Comida, Suvenirs y otros.

15) ¿Qué busca al asistir a un estadio de Soccer? ( )

1. Distracción
2. Identificación
3. Unidad

## ¿Qué representa el futbol soccer para el espectador?

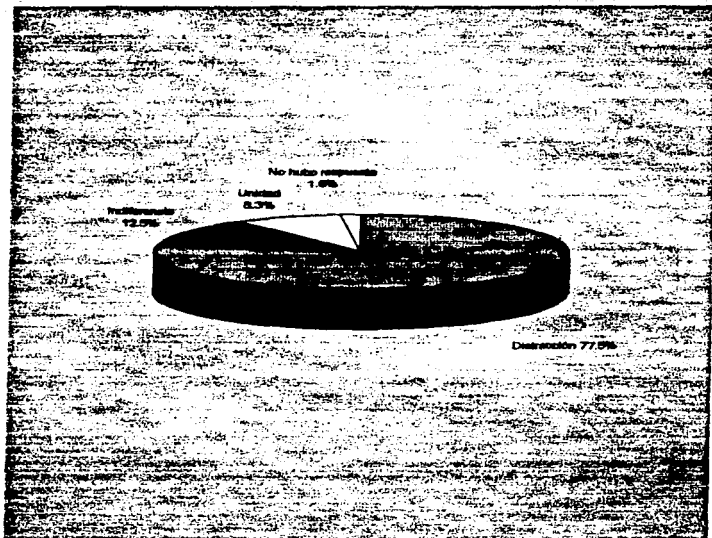
Respuesta	%
Espectador que ve a la pantalla siempre pero, siempre sin ningún sentimiento de club o team	24.10
Deporte más popular del mundo	36.60
Medio que aprender algo sobre el mundo a través de los programas de fútbol que se ven por televisión y prensa	10.00
Actividad deportiva que a individuos de características especiales	1.60
Medio que permite mantener contacto a la pantalla a través del tiempo que se vive los momentos de emoción	27.50



GRAFICA 1

¿ Qué se busca al asistir a un estadio de soccer?

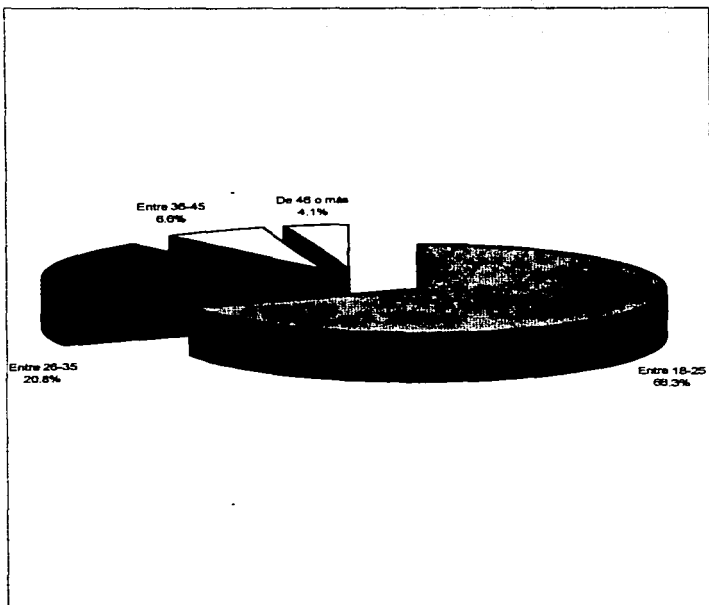
	%
Distracción	77.5%
Identificación	12.5%
Unidad	8.3%
No hubo respuesta	1.6%



GRAFICA 2

**Edad promedio del espectador**

Entre 18-25	68.3%
Entre 26-35	20.8%
Entre 36-45	6.6%
De 46 o más	4.1%

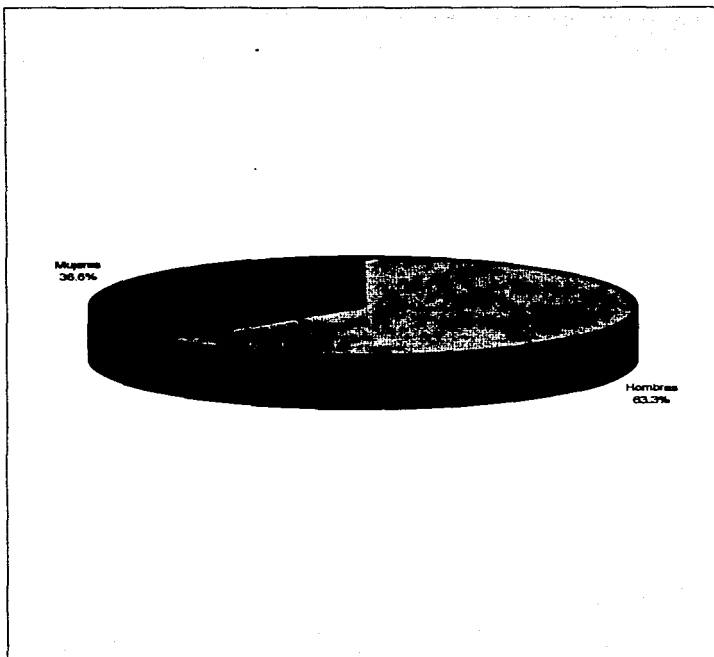


**GRAFICA 3**

Sexo

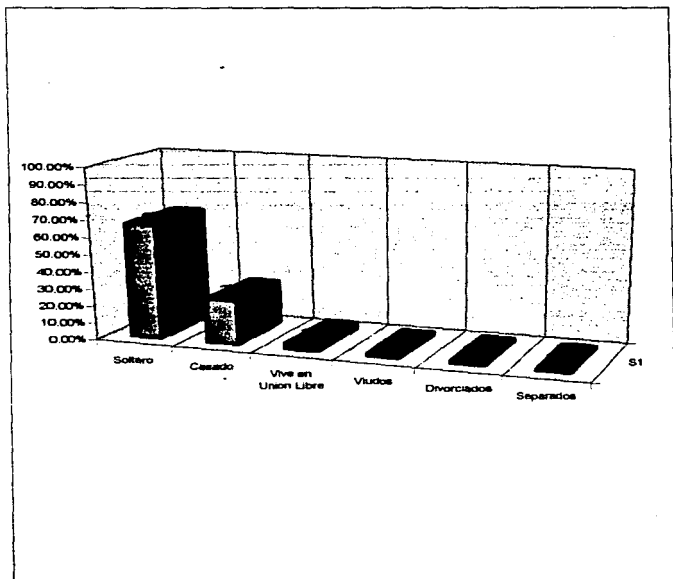
Hombres  
Mujeres

63.30%  
36.60%



GRAFICA 4

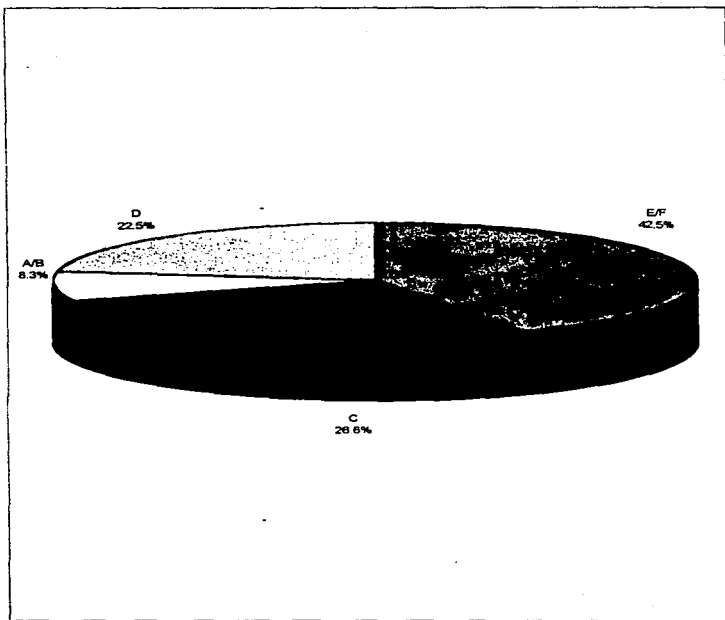
Estado Civil	%
Soltero	66,60%
Casado	25,80%
Vive en Union Libre	3,30%
Viudos	1,60%
Divorciados	1,60%
Separados	0,80%



GRAFICA 5

### Nivel Socioeconómico

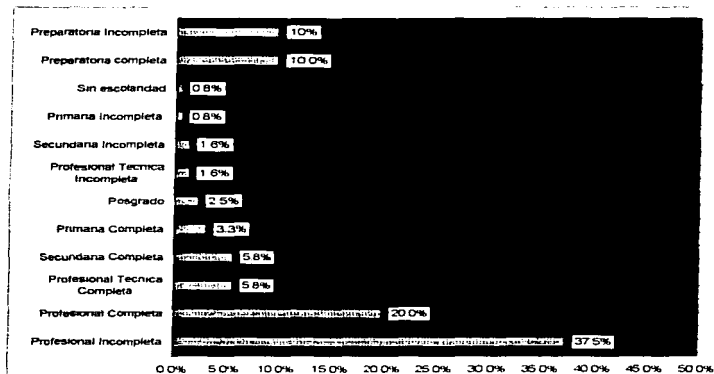
Nivel	
E/F	42.5
C	26.6
A/B	8.3
D	22.5



GRAFICA 6

## Escolaridad

Profesional Incompleta	37.5%
Profesional Completa	20.0%
Profesional Tecnica Completa	5.8%
Secundaria Completa	5.8%
Primaria Completa	3.3%
Posgrado	2.5%
Profesional Tecnica Incompleta	1.6%
Secundaria Incompleta	1.6%
Primaria Incompleta	0.8%
Sin escolaridad	0.8%
Preparatoria completa	10.0%
Preparatoria Incompleta	10%

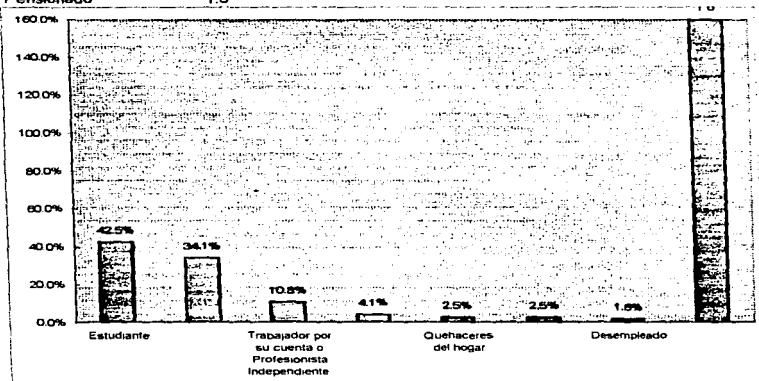


GRAFICA 7



**Actividad Principal**  
**¿ En qué Trabajan?**

Estudiante	42.5%
Empleado u Obrero	34.1%
Trabajador por su cuenta o Profesionalista Independiente	10.8%
Trabajador sin pago en el negocio o predio familiar	4.1%
Quehaceres del hogar	2.5%
Patron o empresario con negocio propio	2.5%
Desempleado	1.6%
Jubilado o Pensionado	1.6%

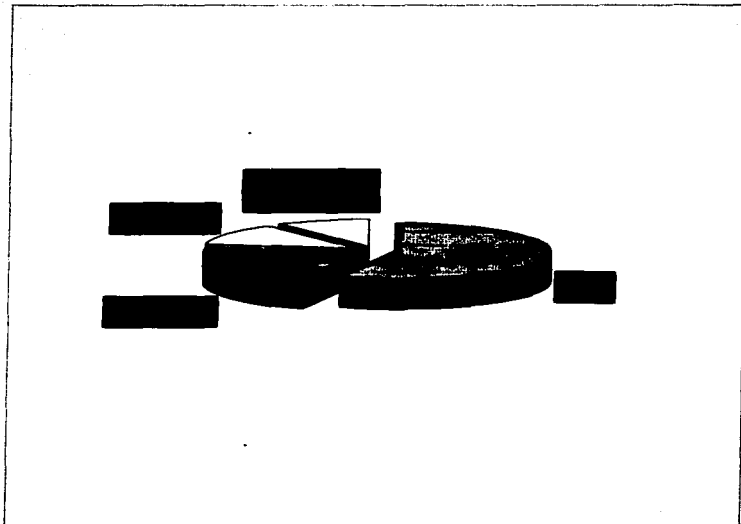


GRAFICA 8

¿Cuántas veces asiste al Estadio de soccer en una temporada?

¿Con quién asiste?

Solo	11.6%	De 1 a 4	55.8
Con familia	25.0%	Sólo a las	21.6
Con amigos	63.3%	liquillas	
		Airtededor	12.5
		de 10	
		Unicamente	
		a final del	
		campeonato	10
		mexicano	

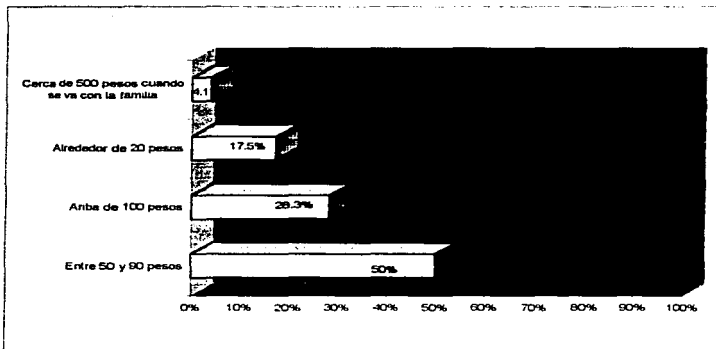


GRAFICA 9

¿En promedio cuánto dinero se gasta al asistir a un estadio?

¿ En que gasta?

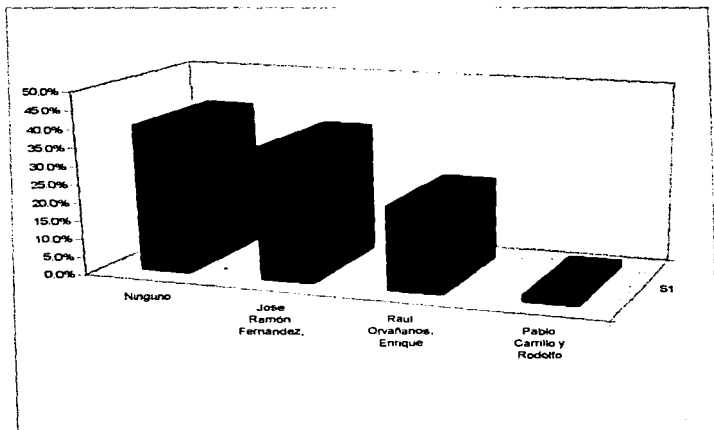
Pasajes y boletos de entrada al Estadio	45%	Entre 50 y 90 pesos	50%
Pasajes, boleros, suvenirs o recuerdos (Banderolas, llaveros, etc.)	19%	Ariba de 100 pesos	28.3%
Pasajes Boletos, Refrescos, Cerveza, Comida, suvenirs y otros	36%	Alrededor de 20 pesos	17.5%
		Cerca de 500 pesos cuando se va con la familia	4.1%



GRAFICA 10

¿ Cuáles son sus comentaristas favoritos en Televisión?

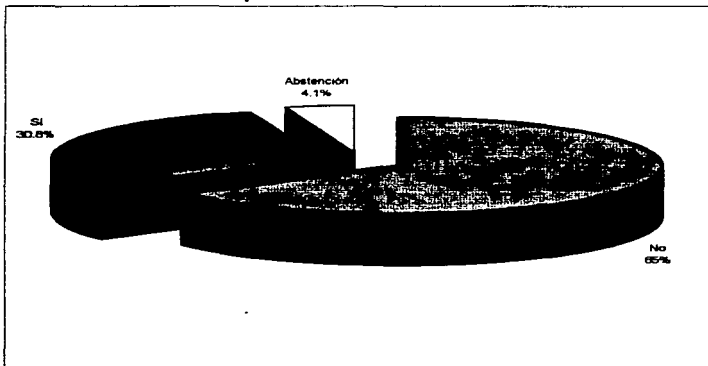
Ninguno	40.0%
Jose Ramón Fernández, Roberto Gómez Junco y Francisco Javier González	35.8%
Raul Orvañanos, Enrique Bermudes y Juan Dosal	22.5%
Pablo Carrillo y Rodolfo Vargas	1.6%



GRAFICA 11

¿ Creé que exista objetividad en el comentario deportivo?

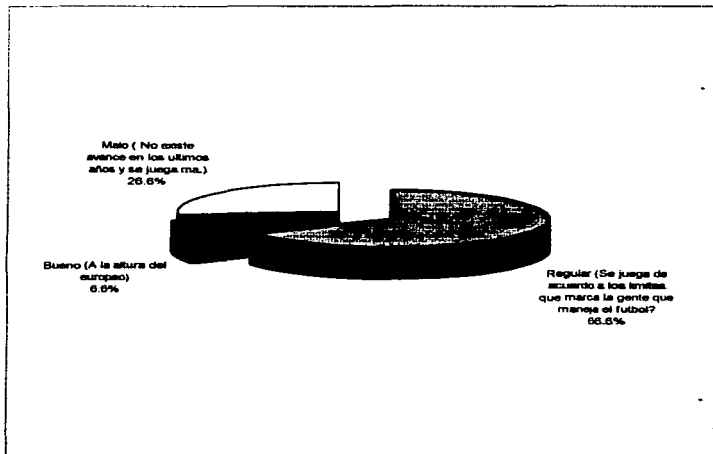
	Razones	%
No	Se dice realmente lo que ocurre con el deporte	16.6
	65.0% mexicano	
Si	No se dice realmente lo que ocurre con el deporte	35
	30.8% mexicano	
Abstención	No por que el comentarista habla según el beneficio que pueda obtener	44.1
	4.1% Abstencionis mo	4.1



GRAFICA 12

¿Cuál crees que sea actualmente el nivel del fútbol mexicano?

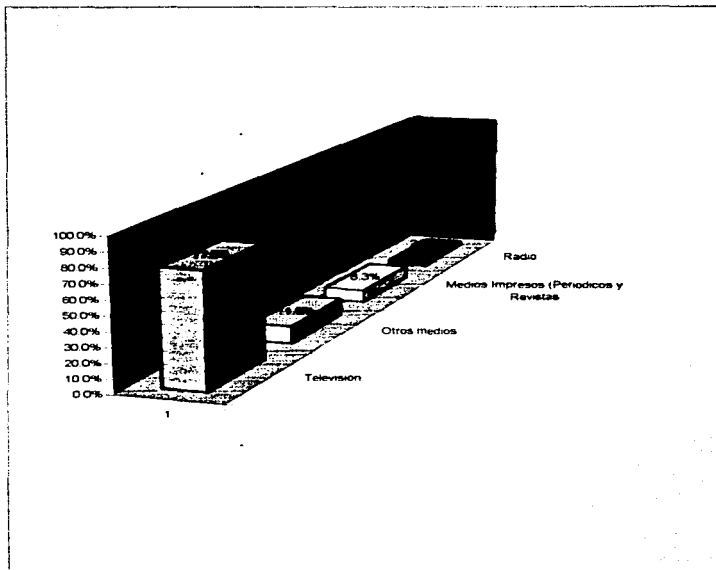
Regular (Se juega de acuerdo a los límites que marca la gente que maneja el fútbol?)	66.6%
Bueno (A la altura del europeo)	6.6%
Malo ( No existe avance en los últimos años y se juega mal.)	26.6%



GRAFICA 13

¿ A través de que medio de comunicación se entera de los partidos de futbol?

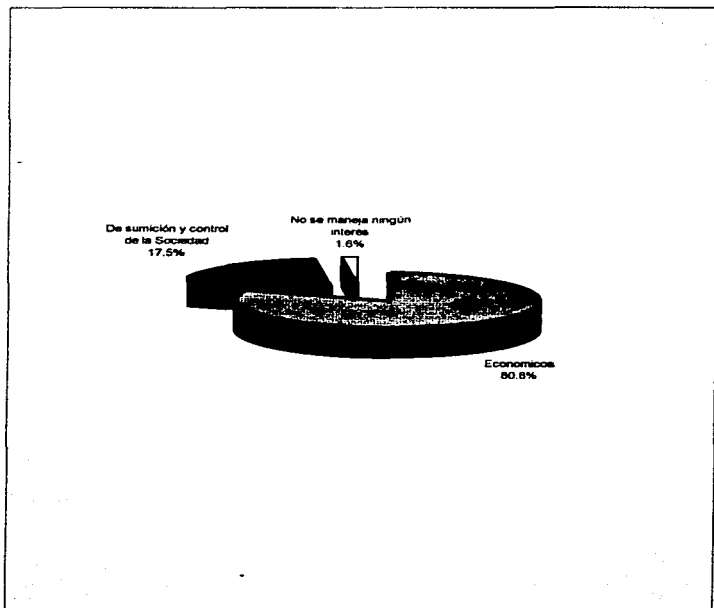
Televisión	77.5%
Otros medios	11.6%
Medios Impresos (Periodicos y Revistas)	8.3%
Radio	2.5%



GRAFICA 14

¿Qué tipo de intereses creés que se manejen tras un simple partido de Soccer?

Económicos	80.8%
De sumisión y control de la Sociedad	17.5%
No se maneja ningún interés	1.6%

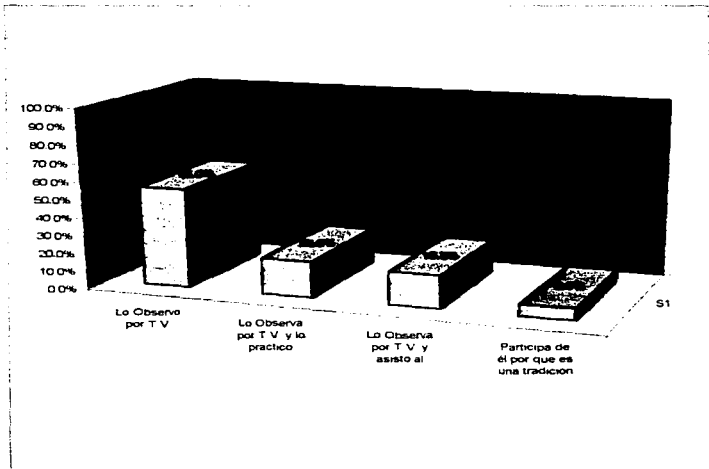


GRAFICA 15



¿ Qué tanto esta vinculado el espectador en el Soccer?

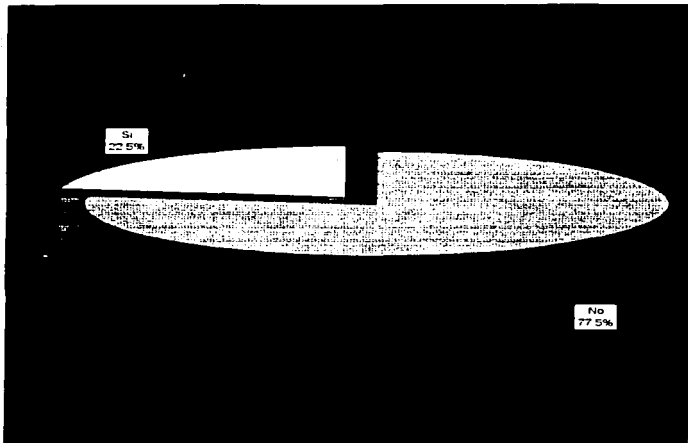
Lo Observo por T.V.	55.0%
Lo Observa por T.V. y lo practico	20.0%
Lo Observa por T.V. y asisto al estadio regularmente	18.3%
Participa de él por que es una tradición en casa todos lo hacen	6.6%



GRAFICA 16

¿ Considera que el futbol Soccer tendría la misma trascendencia sino se Televisará?

No	77.5%	Razones	%
Si	22.5%	La gente ya no asistiría a los estadios	50
		Tendría mas auge al no televisarse	20.8
		Sená lo mismo pues la desinformación genera curiosidad	27.5
		No hubo respuesta	1.6



GRAFICA 17

**FEDERACION MEXICANA DE FUTBOL  
AFILIADA AL COMITÉ OLIMPICO MEXICANO Y A LA FIFA**

Diversas denominaciones a la Federación de Fútbol Asociación, hasta 1948, fecha en que se reconoció oficialmente como tal:

1902 Liga Mexicana de Futbol Amateur Asociación

1908 Liga David Islas (Es el nombre del primer mexicano en el fútbol de nuestro país)

1912 Liga Inglesa de Fútbol Mexicano

1916 Liga Mexicana de Aficionados de Fútbol Asociación

1920 Liga Nacional de Fútbol

1922 Se fusionan la Liga Racional y la Liga Mexicana surgiendo la primera Federación Mexicana de Fútbol Asociación

1922 Federación Central de Fútbol

1922 Liga Spaulding de Aficionados

1925 Liga Nacional (que agrupa a equipos del llano: Atlanta y Atlas entre otros)

1929 Se afilia a la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociación)

1931 Liga Mayor, se deriva de la fusión de la Federación Centri y la Federación Mexicana

1948 Federación Nacional y Liga Mayor se fusionan; Nace la Federación Mexicana de Fútbol Asociación.

## CONCLUSION

El Futbol Soccer es un deporte cuyo desarrollo se ha ligado a los medios de comunicación transformándose con ello en espectáculo, es decir la profesionalización del balompié marca dos tendencias : por un lado el Futbol practico deportivo : disciplina de carácter formativo, cuya practica constante es saludable para quien la desarrolla.

A su vez existe el futbol espectáculo difundido a través de los medios de comunicación por diversos canales de transmisión como son : Televisión , Radio y Prensa, cuya función es cubrir todas las carencias emocionales del aficionado dándole instantes de seguridad, fuerza y liberación haciéndole creer que forma parte de un equipo y que de su actitud o conducta dependerá si se obtiene un triunfo.

El seguimiento que el aficionado le da al futbol es producto de una falta de conceptualización entre deporte y espectáculo , es por ello que en el manejo del soccer el espectador acepta ser moldeado por los medios de comunicación.

Un caso concreto es la Televisión, esta utiliza tanto al espectador como a los atletas. El espectador cansado de la rutina cotidiana busca liberarse de la tensión o estrés al observar una competencia entre dos equipos de Soccer inconscientemente hace alianza con alguno de ellos y a través de una u otra jugada logra despojarse de sus preocupaciones.

El atleta vive de la televisión, por que es ella quien le implanta cualidades y características exageradas que en la mayoría de los casos no posee, pero el futbolista profesional trabaja para la TV y la televisión vive del futbolista.

Creando relaciones bicondicionales entre futbol y espectador, la televisión es quien se beneficia.

Actualmente los estadios de Soccer son gigantescos estudios de televisión. Se juega para la tele, que ofrece un partido en casa y la tele manda.

Las recaudaciones que se obtienen al manejar el soccer a través de una pantalla de televisor son millonarias. El balompie ofrece ventajas para que la televisión pueda patrocinar productos durante una transmisión.

En relación con el soccer , las dificultades que tienen otros deportes de conjunto para ser televisados es que no pueden ajustarse a los tiempos de publicidad, de modo que no se puede establecer la duración de un partido, además algunos deportes requieren de mucho contexto para que el espectador entienda las reglas de competencia, la estrategia y las jugadas. El futbol soccer es mas cercano como experiencia cotidiana, hacia un amplio grupo de aficionados que lo pueden practicar y entender de manera mas sencilla.

En una transmisión del balompié normalmente aparecen entre 70 y 80 comerciales, dependiendo de su duración, divididos en 3 periodos de publicidad establecidos en lapsos antes del partido, al medio tiempo y en el resumen final del encuentro.

En lo que respecta al papel que asume el sector que maneja el futbol se pudo establecer que en el caso de los comentaristas deportivos estos no pueden alcanzar la objetividad total debido a que sus comentarios van cargados de una particular forma de sentir o pensar.

## BIBLIOGRAFIA

Avila C. Victoria Alicia, y Otros. La televisión en México. Editorial UNAM, México 1990, 180 págs.

Fernández José Ramón. El Fútbol Mexicano ¿Un juego Sucio?, Editorial Grijabo, México, 1994, 176 págs.

J. Cid. Y Mulet. El libro de Oro del Fútbol Mexicano. Editorial, B. Costa, México 1962, 220 págs.

Rodríguez Méndez José. Los Teleadictos. Editorial UNAM, México, 1989, 188 págs.

Sociedad de Amigos del Museo. El Juego de Pelota (Una tradición Prehispánica viva). Editorial Televisa, México, 1982, 292 págs,

Uriarte María Teresa, El Juego de Pelota en Mesoamérica. Editorial Museo Nacional de Antropología e Historia, México, 1985, 305 págs.

## HEMEROGRAFIA

Lelo de Larrea, Alejandro. El Financiero año XV número 4045  
5 de mayo de 1996. Pág.32

Lozano, Pablo. Reforma año 3 número 881  
5 de mayo de 1996. Pág.6D

Morales, Bernardo. Ovaciones año XLIX número 16886  
5 de mayo de 1996. Pág 3

Muñoz Valencia, Araceli. El Financiero año XV número 4044  
4 de mayo de 1996. Pág.29

Vargas, Gilberto. Reforma año 3 número 880  
4 de mayo de 1996. Pág.2D

Zavala Millet, Flavio. Ovaciones año XLIX número 16885  
4 de mayo de 1996. Pág.6

## FONOGRAFIA

### COMPACT DISC.

Colección Lasser, Sonidos y Efectos, CD-SAN 6601, Lasser.

Orquesta Sinfónica de la Ciudad de México, El vuelo del Aguila, CD 527421 3, Poly Gram Santana, Sacret Fir, CDDN 487521, Columbia.

Colección Lasser, Exitos en Mix, CD-TEM 3195, Lasser.

Miguel Bose, Directo 90, CDIAC 473799, Columbia.

Nos vamos al Mundial, CD DN 210423, Ariola.

World Cup 94, CDL 078221893537, Arista.

Colección Lasser, Sound and Vision, CD-TAR 1196, Lasser.

### CASSET

CCS 936, Futbol Total, Narraciones, Poly Gram

KMD 611, Collage Himnos Mundialistas, Wea

Psicóloga Claudia Rivas y Antropóloga Gloria Falcón, INSERTS.

Recopilación de clubes, Himnos Equipos Nacionales de Futbol, ABC Radio.