

142



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

## LA SELECCIÓN MEXICANA DE FÚTBOL Y LOS COMENTARIOS DEL PROGRAMA TELEVISIVO: "LOS PROTAGONISTAS".

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION  
P R E S E N T A :  
JOSÉ ISRAEL DE LA TORRE OSORIO

DIRECTOR DE TESIS:

**DR. RAFAEL RESENDIZ RODRÍGUEZ**

288/76



México, D.F.

Diciembre del 2000



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.

52

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

## **AGRADECIMIENTOS**

A MIS PADRES, CONCEPCIÓN DE LA TORRE Y SILVIA DELIA OSORIO PEREDO.

A MIS HERMANOS, NORA BELÉN Y JOSÉ DANIEL DE LA TORRE OSORIO.

A MIS ABUELOS, GUEDELIA DE LA TORRE MENDOZA, ALFREDO CORRE RANGEL, AVELINA MENDOZA Y MARTIMIANO DE LA TORRE.

A MIS TIOS: YOLANDA PEREDO OSORIO, ANGEL CAMACHO S., MARISA FUENTES PEREDO, GREGORIO OSORIO PEREDO, YURIKO CORREA DE LA TORRE, ERIKA CORREA DE LA TORRE, JOSÉ ANTONIO DE LA TORRE M., APOLINAR DE LA TORRE, FRANCISCO DE LA TORRE Y CRISTÓBAL DE LA TORRE.

A MI AMIGO DE TODA LA VIDA, RAÚL FERNÁNDEZ CORDERO.

# ESQUEMA GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I. LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</b>	<b>8</b>
1.1. La Comunicación Masiva	9
1.2. La corriente Funcionalista.	14
1.2.1. Los Efectos Sociales.	26
1.3. Los Medios de Comunicación en México.	30
1.3.1. Antecedentes de la Televisión en México.	32
1.3.2. Los Programas Televisivos de Deportes.	37
1.3.3. La Función del Cronista y la Función del Comentarista Deportivo de Televisión.	43
<b>CAPÍTULO II. LA SELECCIÓN NACIONAL.</b>	<b>53</b>
2.1. El Fútbol un Deporte.	54
2.2. El Fútbol Mexicano.	68
2.2.1. La Selección Nacional y las Copas del Mundo.	71
2.3. El Fútbol un Espectáculo a través de los Programas de Deportes.	79
2.3.1. El Programa: "Los Protagonistas".	84
<b>CAPÍTULO III. LA AFICIÓN MEXICANA</b>	<b>90</b>
3.1. Planteamiento del Problema.	92

3.2.	Determinación de la Muestra.	94
3.3.	Recopilación de Datos.	99
3.4.	Cuestionario.	102
3.5.	Tabulación e Interpretación.	105

#### **CAPÍTULO IV. EL PROGRAMA "LOS PROTAGONISTAS" Y**

<b>LA SELECCIÓN MEXICANA DE FÚTBOL.</b>	<b>129</b>	
4.1.	El Fútbol y los Protagonistas.	130
4.2.	La Selección, Espectáculo de Masas.	141
4.3.	El Fanatismo.	147
4.4.	Perspectivas del Fútbol en la Televisión.	154

<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>159</b>
----------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>166</b>
----------------------	------------

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación actualmente están en relación con todos los subsistemas que integran al sistema social. Uno de estos subsistemas que no se queda relegado en ello es el de los deportes, que tiene su mayor representación en el fútbol, en el sentido de ser difundido por los medios de comunicación, en específico a través de la televisión.

El fútbol como disciplina deportiva ha ocupado un lugar importante en la sociedad de éste siglo, pero también como espectáculo --es decir, como diversión pública-- ha tenido un gran auge dentro del sistema social. A esta espectacularidad se la han sumado los medios de comunicación y en forma particular la televisión.

En este sentido, el fútbol es para la televisión el principal protagonista del deporte-espectáculo mismo que aparece más claramente como una mercancía masiva y la organización de espectáculos deportivos como una rama más del *show business*, para producir un simple consumo pasivo en los miembros de la sociedad que gusten del fútbol, por ser espectadores de los medios cuando se transmiten partidos, o por comprar cosas

relacionadas con este deporte. Por lo tanto, el fútbol puede considerarse como mercancía, pues es un deporte que se hace objeto de compra y venta, tanto en los derechos de su transmisión por los medios, como por todos los objetos alusivos (ropa, adornos, banderas, entre otros).

Ese consumo es lo que más interesa a la televisión, pues los teleespectadores se ven reducidos ante el fútbol, al papel de fanáticos, al extremo caricaturizado del militante, destinado a una participación imaginaria que es más una compensación ilusoria de la desposesión en provecho de la misma televisión como medio de comunicación.

Lo anterior se puede comprobar tanto en las gradas de los estadios de fútbol como en los *ratings* de las televisoras con los cuales miden sus audiencias, pues en ambos casos los aficionados demuestran el gusto que les causa el presenciar encuentros de fútbol.

En este siglo el fútbol se ha convertido en un tema considerado un espectáculo mundial que apasiona a sus seguidores, tanto por el desempeño mostrado por los propios jugadores como por los comentarios



que hacen los conductores de televisión de los partidos durante el mismo encuentro o en los programas de deportes.

En este sentido, la televisión y los medios de comunicación en general, han sido un factor determinante para que el fútbol haya ingresado en la vida de los espectadores, pues a través de la difusión de los encuentros futbolísticos y de los programas que comentan la función de este deporte, se ha creado este espectáculo masivo.

Se habla de que es masivo porque trasciende fronteras; en los albores del siglo XXI, este deporte es practicado en casi todos los países del mundo y por lo tanto es visto en un gran número de lugares, lo que hace que la afición crezca, sobre todo la televisiva.

No sólo interesa saber como es que el fútbol ha crecido tanto como industria o como espectáculo, sino también el conocer cuáles son los efectos que este deporte, al ser difundido por la televisión y comentado por conductores de ésta, causa en la audiencia.

En forma particular, este trabajo de investigación estudia los efectos que pueden causar los comentarios emitidos por el programa de televisión de “Los Protagonistas”, en torno a la selección nacional de fútbol durante su periodo de preparación para el Mundial de fútbol de Francia 98.

Estos efectos de acuerdo a la corriente funcionalista, están en la función del mensaje que emiten los medios de comunicación, en este caso la televisión, hacia la sociedad. Es decir, que se estudia lo que la audiencia piensa de lo que a través de la televisión se haya dicho en torno a un tema.

Para lograr el objetivo general de esta tesis, el trabajo sustenta la hipótesis siguiente: “El programa de “Los Protagonistas”, logra el que la audiencia (compuesta de hombres y mujeres, de distintas edades, estratos sociales y ocupaciones), en particular la aficionada a los deportes, se entretenga y olvide sus problemas y conflictos de la vida diaria. Como empresa, TV Azteca trata el tema del fútbol según sus propios intereses y genera distintas reacciones en la sociedad, que no llegan a ser totales”.

Esta hipótesis se corrobora a lo largo de los cuatro objetivos particulares que corresponden a los cuatro capítulos aquí presentados.

El primer objetivo es exponer la corriente funcionalista, particularmente el estudio sobre los efectos sociales, para que sea este primer capítulo el marco teórico que sustente este trabajo.

El segundo objetivo es presentar las características del fútbol como deporte, exponiendo sus antecedentes y desarrollo en nuestro país con el propósito de tener un marco histórico y contextual en esta tesis. .

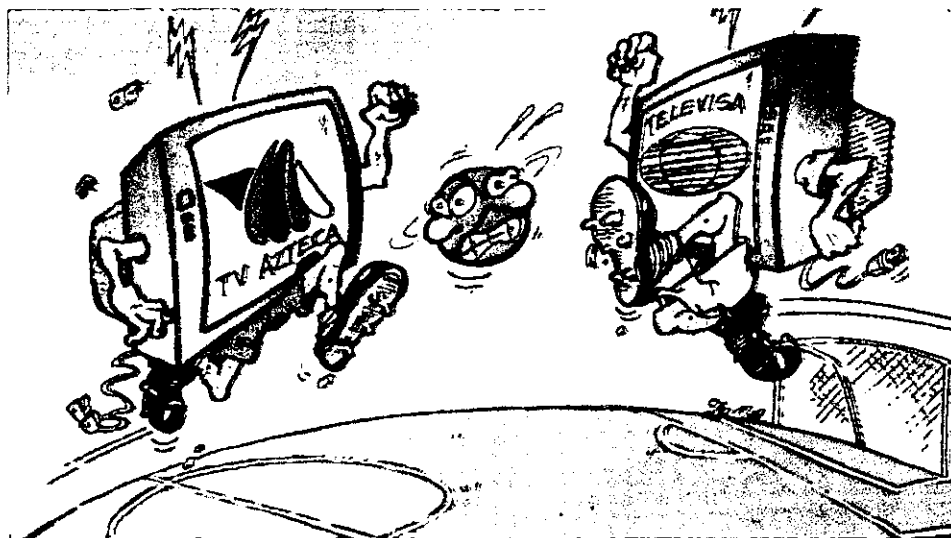
El tercer capítulo responde al objetivo de realizar una investigación de campo que permita conocer los efectos que causa en la audiencia los comentarios realizados en el programa televisivo de “Los Protagonistas”.

El cuarto capítulo permite concretar el objetivo de relacionar la teoría funcionalista, el fútbol el programa de “Los Protagonistas” y la opinión de la afición (obtenida en las encuestas) con el propósito de demostrar la hipótesis sustentada.

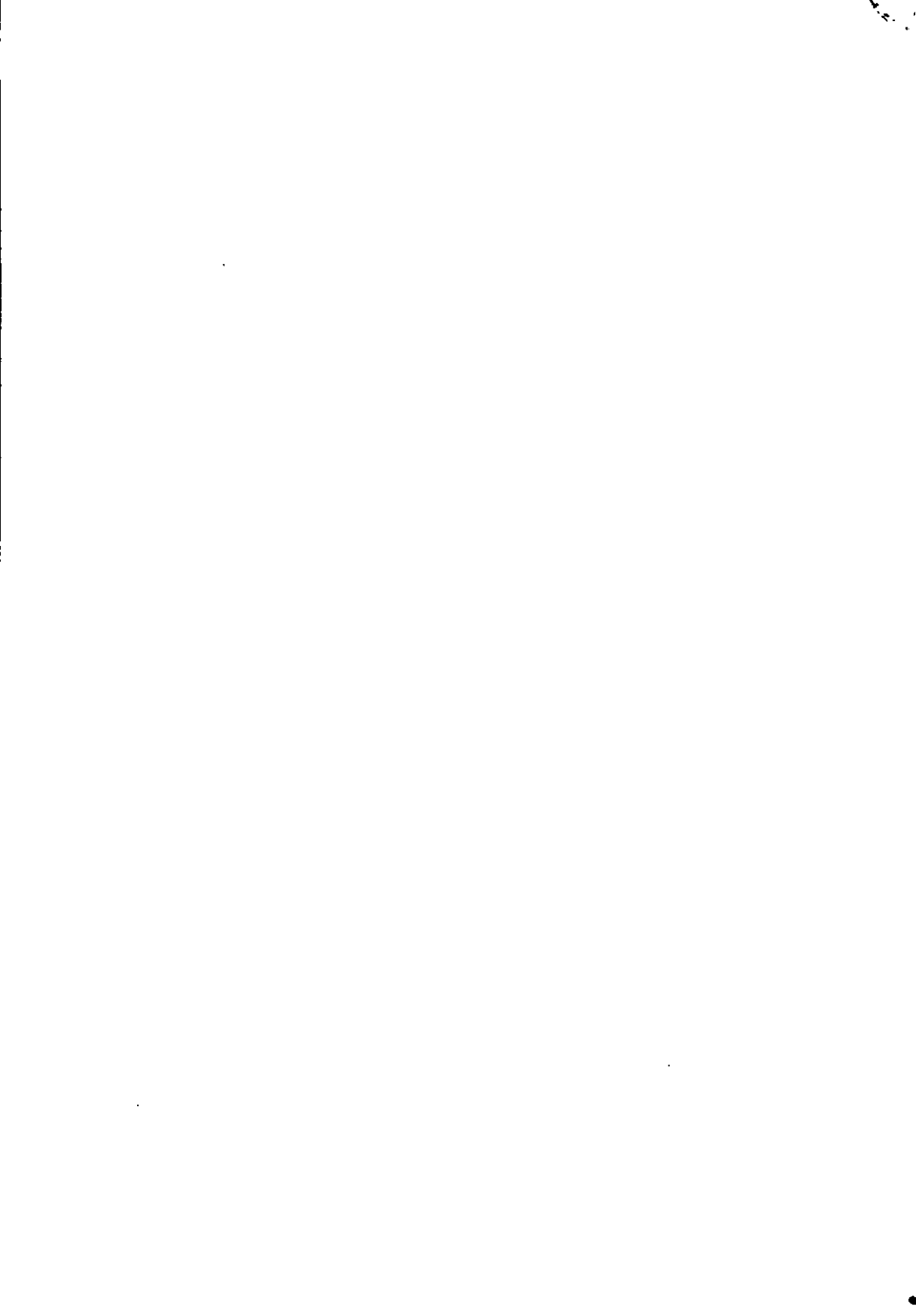
Este trabajo de investigación permite al lector adentrarse en el mundo del fútbol como espectáculo de masas, así como observar la situación que este

deporte vive gracias a los medios de comunicación en particular la televisión.





## LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## **CAPÍTULO I.**

### **LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios de comunicación tienen ciertas funciones que ejercen a través de la comunicación que difunden hacia la sociedad; a su vez esta comunicación difundida, logra efectos importantes en los receptores, por lo que es preciso iniciar este trabajo de investigación exponiendo los instrumentos que participan en el proceso de comunicación.

En primer instancia, se define a la comunicación masiva como punto de partida de este capítulo; asimismo es necesario mencionar a la corriente funcionalista con el propósito de describir los planteamientos teóricos que existen acerca de la función de los medios de comunicación, y los efectos que crea en la sociedad.

Con el interés de complementar este marco teórico con antecedentes acerca de la función de los medios en México, se describen a éstos y en particular a la televisión, ya que esta investigación tiene el propósito de analizar los efectos que pudieran tener en la sociedad la información y

opinión de los comentaristas deportivos que difunden sus ideas en el programa "Los Protagonistas", transmitido por el canal 13 de la empresa televisiva "Televisión Azteca".

Este capítulo tiene el objetivo de ser el marco teórico, conceptual e histórico necesario para sustentar el trabajo de tesis que a continuación se presenta.

## **1.1. LA COMUNICACIÓN MASIVA**

La comunicación es una necesidad primordial del hombre; si no estableciera comunicación con sus semejantes no podría expresar sus ideas, sentimientos o emociones; antes de hablar de una comunicación masiva, es preciso señalar la importancia de este proceso socializador, en la vida del hombre.

Según términos etimológicos la palabra comunicación tiene su origen del latín "communis" que quiere decir, común; lo cual indica algo que se



establece en común, que crea vínculos. De ahí que la comunicación ayuda a establecer relaciones entre los seres humanos.

Según Carlos Fernández Collado, en su obra *La comunicación humana, Ciencia Social*, dice que "al comunicarnos pretendemos establecer algo en común con alguien o, lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, alguna idea o actitud".<sup>1</sup>

Por su parte, Hartley y Hartley argumentan que: "El proceso de comunicación es la base de todo lo que llamamos social en el funcionamiento del organismo viviente. En el hombre, resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterrumpida de grupos y para sus interrelaciones".<sup>2</sup>

2

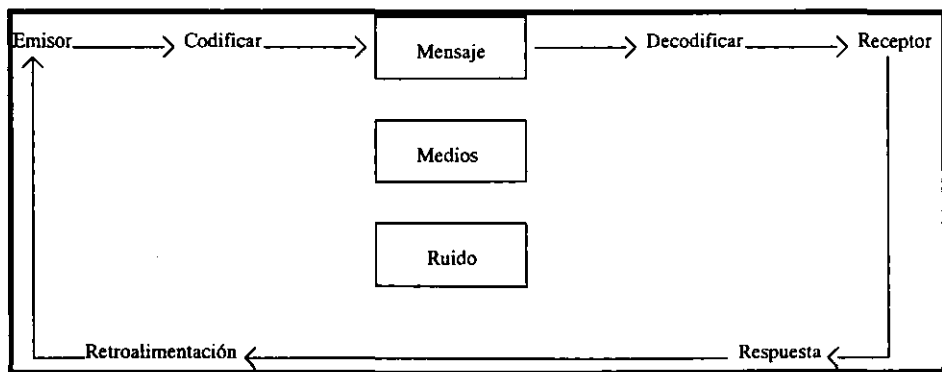
---

<sup>1</sup> Fernández Collado, Carlos. La Comunicación Humana, Ciencia Social, Ed. Diana, México, 1990, p. 3.

<sup>2</sup> Hartley y Hartley. Citados por Blake, Reed y Haroldsen, Edwin en Taxonomía de Conceptos de la Comunicación, 4ª reimpresión, Ed. Nuevomar, México, 1988, p. 3.

La comunicación es un proceso que permite a un emisor enviar un mensaje a un receptor y que a la vez éste último envíe un mensaje de retorno. (Ver Figura No. 1) Existen diversas maneras de efectuar esta comunicación, puede hacerse en forma interpersonal, grupal, organizacional o masiva.

Figura No. 1



FUENTE: Figura elaborada con datos obtenidos de la obra de Blake Reed y Haroldsen, Edwin. Taxonomía de Conceptos de la Comunicación.

Para el caso que atañe a la presente investigación, es importante definir a la comunicación masiva, que es la que se dirige o difunde con el propósito de

llegar a las masas. Este tipo de comunicación según la concibe Wright, "se distingue por las siguientes características:

1. Se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos.
2. Los mensajes se transmiten en forma pública, a menudo a una hora conveniente para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio, y son de naturaleza transitoria.
3. El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar muchos gastos (u operar dentro de ella)".<sup>3</sup>

Lo anterior indica que la comunicación de masas o masiva, está dirigida a una masa que es distinta entre sí, el número de personas que componen ese grupo es grande, con características sociales distintas y además anónima.

---

<sup>3</sup> *Ibíd*em, p. 38.

La difusión de los mensajes de la comunicación masiva es pública, considerando para ello, el que estos mensajes lleguen al mayor número de individuos y que además estos últimos retransmitan la información difundida.

En la comunicación masiva "la fuente no es una sola persona, sino una organización formal, y el emisor suele ser un comunicador profesional. El mensaje no es único, variable e impredecible, sino, muchas veces, manufacturado, estandarizado, siempre multiplicado en cierto sentido".<sup>4</sup>

Lo anterior significa que la comunicación masiva tiene elementos que intervienen en este proceso: **comunicadores** (emisores) que transmiten un **mensaje** por intermedio de un **canal** a un **auditorio** (receptores) con algún tipo de **efecto**. Este esquema bien se puede comparar con el de Lasswel quien dice que "para describir adecuadamente un acto de comunicación es

---

<sup>4</sup> MacQuail, Denis. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, Ed. Paidós, Comunicación, 2ª edición, México, 1990, p. 56.

necesario responder a las siguientes preguntas: quién/ dice qué/ por qué canal/ a quién/ con qué efecto".<sup>5</sup>

La comunicación masiva es un proceso de información y difusión de ésta, que a su vez llega a una audiencia y crea efectos en ella; de ahí que se debe integrar a esta investigación la corriente funcionalista, para conocer la función que ejercen los medios de comunicación a través de su mensaje en la sociedad.

## **1.2. LA CORRIENTE FUNCIONALISTA**

La corriente funcionalista surgió como un planteamiento sociológico establecido por Talcott Parsons quien describe a "la acción social (y no el comportamiento) en su adherencia a los modelos de valor interiorizados e institucionalizados. El sistema social en su globalidad es concebido como un

---

<sup>5</sup> Lasswel, citado por Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación, Ed. Trillas, México, 1990, p. 19.

organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema".<sup>6</sup>

Es decir, que el planteamiento funcionalista estudia a la acción social que integra y tiene función dentro del sistema social. "Su equilibrio y su estabilidad se realizan a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto".<sup>7</sup> El funcionalismo está centrado en entender y analizar los procesos de socialización a través de los cuales los actores sociales integran normas, valores y reglas adecuadas para adaptarse a las tareas que le han sido asignadas dentro de un sistema.

El sistema social posee cuatro problemas fundamentales o imperativos funcionales e interrelacionados, que deben estudiarse. Estos son la conservación, la adaptación, la finalidad y la integración, como se desarrolla a continuación:

---

<sup>6</sup> Wolf, Mauro. La Investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1987, p. 70.

<sup>7</sup> Ídem.

1. La conservación del modelo y el control de las tensiones (todo sistema social posee mecanismos de socialización que realizan el proceso mediante el cual los modelos culturales del sistema son interiorizados en la personalidad de los individuos).

2. La adaptación al ambiente (todo sistema social para sobrevivir debe adaptarse al propio ambiente social y a otros. Un ejemplo de función que responde al problema de la adaptación es la división del trabajo, que encuentra su base en el hecho de que ningún individuo puede desempeñar simultáneamente todas las tareas que deben ser desempeñadas para la supervivencia del sistema social).

3. La persecución de la finalidad (todo sistema social tiene varias finalidades que alcanzar, realizables mediante desempeñar simultáneamente todas las tareas que deben ser desempeñadas para la supervivencia del sistema social).

4. La integración (las partes que integran el sistema deben estar relacionadas entre sí. Debe haber fidelidad entre los miembros de un

sistema y fidelidad al propio sistema en su conjunto, en el sentido de lealtad o adhesión constante y firme, a fin de mantener la unidad. Para contrarrestar las tendencias a la disgregación, son necesarios mecanismos que sostengan la estructura fundamental del sistema).

Cuando se afirma que la estructura social resuelve los problemas relacionados con los imperativos funcionales, se quiere decir que la acción social conforme a las normas y a los valores sociales contribuye a la satisfacción de las necesidades del sistema.<sup>8</sup> El funcionamiento de un sistema es bueno cuando las normas, los actores y valores se integran y contribuyen a la satisfacción de necesidades del sistema.

Existen "funciones (o disfunciones) indirectas, además de directas; por último, las funciones (o disfunciones) pueden ser manifiestas o latentes; son manifiestas las deseadas y reconocidas, latentes las funciones (o disfunciones) no reconocidas ni conscientemente deseadas".<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibíd.*, p. 71.

<sup>9</sup> *Ibíd.*, p. 72.



Es importante señalar que el planteamiento funcionalista busca conocer el funcionamiento de las instituciones en el contexto social. Esto es, que se ocupa de examinar aquellas consecuencias de los fenómenos sociales que afectan el funcionamiento normal, a la adaptación o al ajuste de un sistema dado; individuos, grupos, sistemas sociales y culturales.<sup>10</sup>

Durante los años veintes, investigadores, teóricos en sociología y posteriormente en el campo de la comunicación, estructuraron los diferentes conceptos propios del planteamiento funcionalista; uno de sus principios fundamentales se refiere a las funciones y las instituciones. Lo expuesto, permite notar la gran importancia que el funcionalismo otorga a la "función" que las instituciones deben cubrir y satisfacer en la sociedad.

Este planteamiento, inició aplicándose a las instituciones que intervenían socialmente en el desarrollo humano; pero también se aplicó al campo de la comunicación, específicamente en lo referente a los Medios de Comunicación, considerándolos como instituciones sociales.

---

<sup>10</sup> Merton, R. K. Social Theory an Social Structure. Citado por De Moragas, Miguel.

Sociología de la Comunicación de Masas, Ed. Gustavo Gili, México, 1990, p. 71

Los medios de comunicación y el proceso de la comunicación masiva son acciones repetitivas y acordes a una pauta, dentro del sistema social existente en la sociedad en la que operan. Se observa que el proceso comunicativo tiene importancia dentro de la estructura social. Los medios se han erigido como un subsistema que se integra en la sociedad y que sin ellos no podría funcionar el contexto social.

Debido al propio funcionamiento de los medios, la sociedad puede estar estructurada de cierta forma; en este sentido, se puede esbozar el esquema de la función de la comunicación masiva:

(Ver esquema de la siguiente página).

"En particular, el objetivo es el de articular

1. Las funciones

y

2. Las disfunciones

3. Latentes

y

4. Manifiestas

de las transmisiones

5. Periodísticas

6. Informativas

7. Culturales

•

8. De entretenimiento

respecto

9. A la sociedad

10. A los grupos

11. Al individuo

## 12. Al sistema cultural".<sup>11</sup>

Este inventario de las funciones se relaciona con cuatro tipos de fenómenos comunicativos distintos: a) la existencia del sistema global de los mass media en una sociedad; b) los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, etc.); c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media; d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media.

En este aspecto, se tiene que las funciones de los medios intervienen en la estructura social; "las dependencias estructurales que existen entre los medios y los otros sistemas sociales no sólo afectan al funcionamiento cotidiano de nuestra sociedad, sino que también... influyen en la forma en que los individuos utilizan los medios dentro de su vida diaria".<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Wright, citado por Wolf, Mauro. Op Cit. pp. 73 y 74.

<sup>12</sup> De Fleur, M.L. y Rokeach, S. Ball. Teorías de la Comunicación de Masas, Ed. Paidós, México, p. 37.

Se puede esquematizar y resumir el planteamiento funcionalista referido a los medios de comunicación masiva, hecho por Lazarsfeld y Robert Merton, en los siguientes términos:

a) Los medios de comunicación masiva, confieren a sus protagonistas status social y prestigio, lo que responde a la necesidad que tiene la sociedad de que hayan personas, instituciones, que se destaquen de la masa anónima. "Esta función, que consiste en conferir un status, entra en la actividad social organizada legitimando a algunas personas, grupos y seleccionados que reciben el apoyo de los medios de comunicación de masas".<sup>13</sup>

b) Asimismo, los medios de comunicación masiva pueden dictar normas sociales a través de su mensaje; la información de los medios de comunicación de masas refuerza el control social en las grandes sociedades urbanizadas en las que el anonimato de las ciudades ha

---

<sup>13</sup> Lazarsfeld y Merton, citados por Wolf, Mauro. Op. Cit. p. 75

debilitado los mecanismos de descubrimiento y de control del comportamiento aberrante ligados al contacto informal cara a cara".<sup>14</sup>

c) Lazarsfeld y Merton, mencionan también, que si se analizan, los dos incisos anteriores se refieren a funciones de los medios, empero las disfunciones son igualmente importantes. Las disfunciones que se pueden considerar, intervienen en el funcionamiento de los medios, estas se manifiestan por el hecho de que las corrientes informativas que circulan libremente pueden amenazar la estructura fundamental, "la función narcotizante de los medios masivos se basa en la propensión humana a sustituir el hacer por el conocer".<sup>15</sup> El individuo, puede preferir informarse y estar satisfecho por todo lo que conoce, pero no se da cuenta que está delegando la decisión y el hacer a otra persona, o institución, como lo pueden ser los medios de comunicación.

Al estudiar de las funciones de los medios, es preciso señalar que hay cuatro funciones específicas que deben analizarse en cuanto a los medios

---

<sup>14</sup> Wright. Ídem.

<sup>15</sup> Lazarsfeld y Merton, citados por Blake, Reed y Haroldsen, Edwin. Op. Cit. p. 94.

de comunicación: "1) Vigilancia del ambiente. 2) Contribución a que la sociedad responda a su ambiente. 3) Transmisión de la herencia social a nuevos miembros de la sociedad. 4) Entretenimiento".<sup>16</sup>

El primer punto mencionado (vigilancia del ambiente), se refiere a reunir y distribuir información a la sociedad, respecto a acontecimientos externos o internos. En concreto, se refiere a la función de informar.

El segundo aspecto se basa en los puntos siguientes:

- "1) Exponer la opinión editorial.
- 2) Aportar datos esenciales y comentarios.
- 3) Hacer de crítico o de vigilante de quienes detentan el poder.
- 4) Manifiestar o reflejar la opinión pública.
- 5) Proporcionar una plataforma o foro para los distintos puntos de vista".<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Blake, Reed y Haroldsen, Edwin. *Ibíd.* p. 87.

<sup>17</sup> McQuail, Denis. *Op. Cit.* p. 99.

La transmisión de la herencia social, se trata de una actividad educativa como función, tanto en la comunicación, como en la información, inculcando valores y normas sociales de generación en generación.

Por su parte, el entretenimiento, cuarto punto citado, se refiere a una función adherente a los medios de comunicación y se basa en los actos que tienen como finalidad la distracción y diversión, para la audiencia o público receptor.

En concreto, el planteamiento teórico funcionalista, postula ciertas funciones que tienen los medios de comunicación, ante la sociedad, y de acuerdo con estas funciones, se puede analizar el contenido de la comunicación difundida, o los efectos que crea dicha comunicación en la sociedad. Puesto que los estudios para examinar la función de los medios pueden ser aplicados al contenido (análisis de contenido) o a los efectos en la sociedad (teoría de los efectos), es preciso definir a los que se desean utilizar para esta investigación: los efectos sociales.



### **1.2.1. LOS EFECTOS SOCIALES**

Ante las funciones precedentemente descritas, es normal que los medios creen efectos en la sociedad. Estas consecuencias, por lo general pueden ser estudiadas dentro del desempeño de las funciones de los medios de comunicación. Los mensajes que difunden dichas instituciones de comunicación, inciden en el modo, características y clase de vida de la sociedad.

Para analizar a dichos efectos, existen diversos estudios teóricos que permiten estudiar esa reacción del público masivo ante la comunicación que difunden los medios. Los estudios referentes al análisis de los efectos de medios y mensajes, en sus inicios se debieron a la confluencia de la sociología funcionalista y de la psicología conductista, basándose en el planteamiento psicológico: estímulo/respuesta. De este esquema, el estímulo son los mensajes difundidos y la respuesta son los efectos. Puesto que este análisis sobre los efectos, poseen diversas variantes, se han creado distintas teorías o estudios que examinan a los efectos:

a) Teoría de las diferencias individuales: El planteamiento de esta teoría "pretende romper con la idea de la uniformidad de los públicos, diferenciando en los destinatarios principios de atención y de percepción selectivas, condicionados por la estructura de su personalidad".<sup>18</sup>

b) Teoría de las categorías sociales: Una teoría paralela y a veces contraria a la de la diferencias individuales, es esta, la cual "supone que existen amplias colectividades, agregados o categorías sociales, particularmente en las sociedades urbano-industriales, cuya conducta ante un conjunto determinado de estímulo es más o menos uniforme. Categorías tales como la edad, el sexo, el nivel de ingresos, el nivel educativo, la residencia urbana o rural y la filiación religiosa nos proporcionan los ejemplos".<sup>19</sup>

c) Teoría de las relaciones sociales: Este planteamiento expone el supuesto "de que los mensajes de comunicación masiva no siempre llegan a todos los miembros de su auditorio final en forma directa. A veces los hacen por

---

<sup>18</sup> Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Op. Cit. p. 22.

<sup>19</sup> De Fleur, M. L. y Rokeach, S. Ball. Op. Cit. p. 254.

un proceso en dos etapas: llegan primero a un sector de la sociedad que luego los pasa a otros".<sup>20</sup>

d) Teoría de las normas culturales: Esta teoría plantea que los medios de comunicación por medio de "una presentación selectiva y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en su público impresiones de que las normas culturales referentes a dichos temas, están estructuradas o definidas en determinada forma específica".<sup>21</sup>

En concreto éstas son las teorías que estudian a los efectos sociales; cada una de ellas analiza distintas reacciones, de acuerdo a diferentes categorías. Lo importante de describirlas se debe a la necesidad de insertar esta investigación dentro de una de ellas, que para el objetivo de esta tesis, se considera propicia la teoría de las diferencias individuales, ya que además dentro de sus planteamientos, existe el estudio referente a los usos y gratificaciones.

---

<sup>20</sup> Blake y Haroldsen. Op. Cit. p. 137.

<sup>21</sup> Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Op. Cit. p. 22.

Dicho planteamiento argumenta que ante la heterogeneidad del público, es normal que "las personas no sólo se autoexponen selectivamente ante los mensajes de los medios, sino que también los evitan selectivamente. Asimismo, serían los integrantes del público, y no el comunicante, quienes determinan la utilidad de los mensajes".<sup>22</sup>

Lo anterior está relacionado con la teoría de los usos y gratificaciones, que además considera que el público de los medios de comunicación "determinan activamente qué gratificaciones y qué necesidades tendrán cuando se exponen los mensajes de los medios".<sup>23</sup> Propiamente dicho, los efectos de los medios, basándose en esta teoría, no sólo son el punto central a analizar, sino que además se puede aceptar el hecho de que los individuos seleccionan los mensajes que precisan, y el medio de comunicación del que provienen.

---

<sup>22</sup> De Fleur, M.L. y Rokeach, S. Ball, Op. Cit. p. 254.

<sup>23</sup> Idem.

En este sentido, los efectos que tiene en la sociedad los mensajes de los medios, son factores que en ocasiones determinan la forma de actuar de los individuos, ante tal o cual suceso.

Relacionando a los efectos con los mensajes que se difunden en el programa televisivo "Los protagonistas" acerca de la actuación de la selección nacional de fútbol, son diversos y responden a los usos y a las gratificaciones que el público hace de estos mensajes.

Es preciso describir los antecedentes sobre los canales de comunicación en México, en específico la televisión, por la cual se difunden los mensajes referidos y es uno de los medios que han tenido un enorme desarrollo tecnológico.

### **1.3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO**

Al hablar de los medios de comunicación masiva en México, se debe decir que estos han representado una industria consumista de la que ningún

individuo queda excluido. Al igual que en los países del primer mundo, en México los medios de comunicación llegan a muchas personas.

Antes de continuar por describir a dichos medios, es preciso definirlos conceptualmente, a lo que se entiende que "la institución de los medios de comunicación de masas constituye un conjunto inconfundible de actividades (enviar y recibir mensajes) que llevan a cabo personas que ocupan determinados roles (reguladores, productores, distribuidores, miembros del público) de acuerdo con determinadas normas y acuerdos (leyes, códigos, y usos profesionales, expectativas de la audiencia y rutinas)".<sup>24</sup>

Esto es, que los medios de comunicación son canales a través de los cuales pueden ser transmitidos mensajes a una gran cantidad de personas. Como se describió con anterioridad, estas instituciones ejercen determinadas funciones para con la sociedad.

---

<sup>24</sup> McQuail, Denis. Op. Cit. p. 39.

En forma particular, en México, los medios de comunicación son parte de la vida de algunos sectores de la sociedad, para los que los periódicos, las revistas, la radio y la televisión, son instrumentos importantes, ya que les permiten mantenerse informados, orientados y entretenidos, en distintas proporciones.

En este trabajo de tesis, uno de estos medios es de suma importancia, debido a sus características funcionales y técnicas. Este medio es la televisión.

### **1.3.1. ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

La televisión, el medio de comunicación audiovisual de mayor relevancia a nivel mundial, tanto por su cobertura, como por su diversidad de contenidos, se inauguró oficialmente en México en 1950. "En México, el surgimiento de

la televisión coincide con una etapa de agudización de la dependencia económica de nuestro país respecto a Estados Unidos".<sup>25</sup>

Aún cuando se ha mencionado que este medio fue inaugurado en 1950, es preciso destacar que en 1934 el Ingeniero González Camarena inició sus experimentos referentes a la televisión; asimismo, en 1935 llevó a cabo, conjuntamente con las radiodifusoras XEFO y XEUZ, nuevos experimentos que posteriormente fueron cancelados; empero para 1939 las constantes investigaciones y experimentos del Ingeniero Camarena lo llevaron a lograr la invención del llamado "sistema de televisión a color llamado tricromático, basado en el principio físico de la descomposición de los tres colores básicos: el verde, rojo y azul".<sup>26</sup> Camarena patentó su invento en 1940.

La década de los cuarenta representó para el ingeniero Camarena, la demostración de sus logros, al dar a conocer la primera cámara de

---

<sup>25</sup> Fernández Christlieb, Fátima. Los Medios de Difusión en México, Ed. Juan Pablos, 8ª edición, México, 1990, p. 98.

<sup>26</sup> Castellot de Ballín, Laura. Historia de la Televisión en México, Ed. Alpe, México, 1993, p. 15.



televisión hecha en México por él mismo, así como las primeras transmisiones de televisión, producidas en México.

El 26 de julio de 1950 salió al aire el primer canal de televisión, el 4 XHTV; el equipo técnico que realizó estas primeras transmisiones a los diez únicos televisores que existían en México, estaba integrado por once mexicanos.<sup>27</sup>

Ese fue el inicio de la televisión comercial en México, la cual se ha ido constituyendo a través del nacimiento de nuevos canales de televisión. "En 1951 entra al aire XEW canal 2, que vino a consolidar la industria de la T.V. en México, pues la competencia nacida entre esta emisora y el canal cuatro, provoca que los esfuerzos se multipliquen y las transmisiones se hagan cada días más profesionales".<sup>28</sup>

En 1952 nació el canal 5 XHGC cuya antena de transmisión se instaló en el edificio de Seguros de México, en las calles de San Juan de Letrán y sus estudios residían en la calle de José María Marroquí. Sucesivamente fueron

---

<sup>27</sup> *Ibíd*em p. 17.

<sup>28</sup> *Ibíd*em, p. 45.

apareciendo más canales, como el 11 perteneciente al Instituto Politécnico Nacional y nacido en 1959. Para 1966 aparece el canal 8 perteneciente al Grupo Monterrey, Televisión Independiente de México; y en 1968 empezaron las transmisiones del canal 13, empresa del señor Francisco Aguirre Jiménez, pero que vendió al gobierno en 1972.<sup>29</sup>

Los canales 13 y 7 fueron de propiedad gubernamental hasta el año de 1994, cuando fueron privatizados, al ser adquiridos por la familia Salinas Pliego. A partir de entonces se formó la empresa Televisión Azteca que, en la actualidad, es una cadena con varias filiales, tales como Azteca Music y Producciones Argos, entre otros.

A lo largo de su desarrollo, la televisión comercial ha tenido notables cambios, tanto en su programación como en su organización. Se han consolidado los consorcios televisivos, como Televisa, S. A. (anteriormente Telesistemas de México, S. A.), y Televisión Azteca. El primero está conformado por los canales 2, 4, 5 y 9; y el segundo por los canales 7, 13 y 40.

---

<sup>29</sup> *Ibidem*, pp. 91, 175, 277, 297.

Por su parte, el canal 11 y el 22 siguen siendo de propiedad del gobierno. Cabe recordar que la mayor parte de los canales comerciales son transmitidos por la frecuencia VHF, la cual abarca de los canales 2 al 13; mientras que en la frecuencia de UHF son transmitidos los canales 22 y 40.

La televisión ha sido para la sociedad mexicana un medio de difusión de gran trascendencia, tanto por el contenido de sus mensajes como por la cobertura que tiene. La televisión ingresó en la vida de los mexicanos, durante la década de los cincuenta, pero se consolidó realmente en los años sesenta y actualmente, está presente en 4' 913, 286 hogares.<sup>30</sup>

La televisión mexicana está enfocada principalmente al entretenimiento, por lo cual, difunde programas que contienen diversión y distracción; como ejemplo están las telenovelas, los programas cómicos, los programas de concurso, etc.

---

<sup>30</sup> Rebeil Corella, Ma. Antonieta. Perfiles del Cuadrante, Ed. Trillas, México, 1994, p.

También transmiten programas informativos como noticiarios, programas de opinión, comentarios, y de análisis. Aquí también se pueden mencionar los documentales y las entrevistas.

En el mismo ramo de informativos pero con carácter de entretenimiento, se encuentran las transmisiones de programas de deportes, ya sea, el suceso o acontecimiento como tal o los propios noticiarios deportivos.

### **1.3.2. LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE DEPORTES**

Uno de los géneros periodísticos que ha teniendo un creciente desarrollo, a la par de la existencia de los medios de comunicación ha sido la crónica deportiva. Nacida como respuesta a la necesidad de la sociedad por estar informada acerca de los eventos deportivos. "Una vez que el público lector reconoce y ubica la información deportiva como tal, se da un desarrollo del periodismo deportivo. De esta forma van surgiendo periodistas, —que en los

inicios del periodismo cubrían más de una sección— que con el tiempo solamente se ocuparían de la información deportiva".<sup>31</sup>

La crónica deportiva surgió en la prensa, y a medida que surgieron la radio y la televisión, se ingresó a estos medios el periodismo deportivo. En el caso de la radio, a través de la crónica deportiva se narraban los partidos de fútbol, los concursos de tiro y los de frontón, así como las corridas de toros, las carreras de caballos, y las peleas de boxeo.

En 1930 nació en México el primer periódico de deportes con el nombre de La Afición, que tenía 8 páginas, su formato era tabloide e impreso a 4 columnas. Este diario contenía información de toros, box, béisbol y fútbol, carecía de fotografías y en contadas ocasiones tenía caricaturas. La Afición era propiedad de Monsabio, Fray Nano y Don Fecundo.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Garibay Mendoza, José Cruz. *La Crónica y el Comentario de Fútbol en Televisión*. (La Formación Manipulada de Públicos y de Opinión Pública), Tesis, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, 1996, p. 6.

<sup>32</sup> *Ibíd.* p. 8.

Algunos de los textos que se difundían en este diario eran crónicas de los encuentros deportivos, sobre fútbol, toros, box y béisbol. Asimismo, se insertaron en este periódico reportajes de algún deporte. Aunque otros periódicos semanalmente publicaban algún suplemento con información de deportes (como el periódico EXCÉLSIOR, y EL UNIVERSAL) realmente los deportes no ocupaban mucho espacio en las publicaciones.

En el caso de la radio, desde su origen, en este medio se dio cabida al espectáculo taurino y deportivo. Un ejemplo es la transmisión de una corrida de toros, vía control remoto, en 1924, hecha por el locutor Jorge Marrón, mejor conocido como el Dr. IQ.<sup>33</sup>

"Para 1934 tuvo lugar un fenómeno que posteriormente se repetiría años después. La ciudad de México y gran parte del país fueron paralizados por la transmisión radiofónica de un partido de fútbol. El 24 de mayo de ese año en Roma, la Selección Mexicana se enfrentó a su similar de Estados Unidos en el estadio del Partido Fascista ante la presencia de Benito Mussolini, el

---

<sup>33</sup> *Ibíd.* p. 10.

ganador tendría derecho a participar en el Mundial de Italia y el perdedor quedaría eliminado".<sup>34</sup> Durante las décadas de los cuarenta y los cincuenta, la radio continuó transmitiendo espacios deportivos, a través de la crónica deportiva, aún en la actualidad lo hace.

En el caso de la televisión, que como ya se mencionó inició sus transmisiones en México en 1950, "los primeros programas fueron de entretenimiento, programas en vivo y controles remotos que principalmente destacaban los lugares más importantes del Distrito Federal, existían noticieros pero muy cortos, en realidad las transmisiones eran a determinadas horas y generalmente de corta duración".<sup>35</sup>

Los programas de deportes empezaron a transmitirse en televisión, desde que este medio surgió. Las primeras transmisiones deportivas fueron sobre carreras de caballos, la lucha, el box, el béisbol, el atletismo, el ciclismo y el

---

<sup>34</sup> Mejía Barquera, Fernando. Piques... Amagues... Frenos de la crónica deportiva en México. Artículo publicado en Revista Mexicana de Comunicación, No. 26, México, noviembre-diciembre de 1992.

<sup>35</sup> Garibay Mendoza, José Cruz. Op. Cit. p. 24.

fútbol, deporte que posteriormente tendría mayor espacio en la pantalla chica, debido a la popularidad que este deporte despertó en los aficionados.

En 1955, con la consolidación de la empresa Telesistema Mexicano, la televisión comercial abrió espacios para los deportes dentro de los mismos noticiarios televisivos. Las corridas de toros y el fútbol americano, eran actividades que tuvieron un lugar privilegiado en el gusto de los aficionados durante la década de los cincuenta, por lo que también se insertaron dentro de las transmisiones televisivas.

En el caso que atañe a esta investigación, el fútbol, antes de las transmisiones televisivas, era un deporte que ya tenía presencia en la sociedad mexicana. Algunos equipos como el América, el Atlante, el Guadalajara, el Necaxa, el Marte, ya contaban con seguidores.

Dentro de las transmisiones televisivas que se pueden considerar que han destacado como géneros deportivos, están la crónica deportiva, los noticiarios que incluyen notas informativas, reportajes, entrevistas y comentarios, además de programas de opinión.



Los periodistas que incursionaban en este ámbito dentro de la televisión, por lo general eran cronistas que regularmente trabajaban en la radio o en la prensa; esto debido a que aún, no existían ni comentaristas ni cronistas especializados en la televisión para hablar de o narrar acontecimientos deportivos.

"Antonio Andere, un decano de la crónica deportiva en México, señala que cuando se establece la Televisión, se tiene que echar mano del único personal apto que existía, con conocimientos sobre deportes no solamente de fútbol ... tuvimos que incursionar, gente, tanto de prensa escrita como de radio, porque aún no había cronistas y comentaristas especializados para trabajar en televisión".<sup>36</sup>

Por esta razón, las primeras transmisiones de televisión tenían el toque característico de los cronistas o comentaristas que trabajaban en radio. Las narraciones de los partidos de fútbol estaban acompañadas de euforia y

---

<sup>36</sup> Andere, Antonio. Entrevista citada por Garibay Mendoza. *Ibíd*em, p. 25.

descripción del ambiente, tal y como lo hacían los cronistas para la radio o en la prensa, que debido a las características de dichos medios, se precisaba detallar más acerca de lo que ellos veían y que los lectores y los radioescuchas se tendrían que imaginar.

Los programas deportivos, son emisiones que están destinadas a entretener al público, por lo que a la par de la descripción de las actividades deportivas, los cronistas se convierten en comentaristas al mismo tiempo. Con el propósito de diferenciar las funciones de ambas labores periodísticas, a continuación se describen en el siguiente punto.

### **1.3.3. LA FUNCIÓN DEL CRONISTA Y LA FUNCIÓN DEL COMENTARISTA DEPORTIVO DE TELEVISIÓN**

Antes de definir la función de ambos especialistas y emisores de mensajes deportivos, es preciso señalar que debido a que la televisión es un medio

que cuenta con "tres dimensiones; la palabra, la imagen y los sonidos"<sup>37</sup> estas permiten a este medio manejar un nivel emotivo más completo, tanto a la vista, como al oído.

Dichas ventajas permiten que el emisor del mensaje, pueda hablarle al receptor y a la vez reforzarle las ideas que está emitiendo, con imágenes que le ayuden a recordar con mayor facilidad lo que el emisor le dice. "El periodista está presente hablándole al receptor y además le transmite las imágenes que le proporcionan un conocimiento más completo del suceso, ya que lo tiene ante sí, no lo imagina".<sup>38</sup>

Para poder transmitir sus mensajes, el periodista utiliza distintos géneros periodísticos, unos de tipo informativo (nota informativa, la entrevista, la crónica y el reportaje), y otros de tipo opinativo (el artículo, el editorial, la columna y el ensayo).

---

<sup>37</sup> González Reyna, Susana. Géneros Periodísticos I. Periodismo de Opinión y Discurso, Ed. Trillas, México, 1991, p. 23.

<sup>38</sup> *Idem*.

En las transmisiones de televisión referentes al fútbol, destaca la utilización de dos de los géneros periodísticos: la crónica de carácter informativo y el comentario, de tipo opinativo; aún cuando este último no está señalado como un género formal, "es una herramienta indispensable para elaborar un artículo, un editorial o una columna".<sup>39</sup>

Con el propósito de definir las funciones de los comentaristas y de los cronistas, es indispensable señalar algunas diferencias entre ambos y entre los géneros periodísticos aplicados al deporte, la crónica y el comentario.

**A) Crónica:** Esta es un género periodístico informativo, narrativo que posee un apoyo descriptivo. "Se recurre a la forma narrativa para el relato de los acontecimientos a fin de destacar su trascendencia; y a la forma descriptiva para hacer sentir al lector inmerso en el ambiente y que perciba los detalles como si realmente estuviera presenciado el suceso".<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Garibay Mendoza, José Cruz. Op. Cit. p. 29.

<sup>40</sup> González Reyna, Susana. Op. Cit. p. 37.

Este género informativo tiene el propósito de ofrecer el relato, la reproducción del suceso, en forma cronológica, a fin de que el receptor, pueda recrear en su imaginación el suceso acontecido.

En el caso de la crónica deportiva, esta trata de ir narrando el suceso en el momento que se lleva a cabo el acontecimiento deportivo, con la intención de colorear lo que los receptores están viviendo; esto en el caso de la crónica deportiva televisiva.

"Lo característico de la verdadera crónica es la valoración del hecho al tiempo que se va narrando. El cronista, al relatar algo, nos da su versión del suceso; pone en su narración un tinte personal".<sup>41</sup> Ante ello, se puede decir que la crónica es un género que permite al periodista, en el caso de los deportes, narrar un suceso durante o después de que este se lleve a cabo.

Por lo general, la crónica deportiva está considerada como la narración de un suceso durante el mismo tiempo que este se lleva a cabo, con la

---

<sup>41</sup> G. Vivaldi, Martín. Géneros periodísticos. Citado por González Reyna, Idem.

característica distintiva del cronista quien colorea su narración y su descripción del hecho.

**B) Comentario:** Como ya se mencionó, el comentario no está considerado un género periodístico, sin embargo, ingresa dentro de este tipo de labor del periodismo, con carácter opinativo. "El comentario es más bien una acción que sirve para ampliar la información y que se puede utilizar en todos los géneros periodísticos excepto en la nota informativa".<sup>42</sup>

Definir a la acción de comentar a partir de su modo más simple, se refiere a "Explanar, declarar, reflexionar el contenido de un escrito o hecho para que se entienda con facilidad. Hacer comentario es enjuiciar, comprender, valorar y extraer pareceres o consideraciones emitidas oralmente o por escrito sobre personas, asuntos, cosas, etc.".<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Garibay Mendoza, José Cruz, Op. Cit. p. 36.

<sup>43</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Citado por Garibay, Idem.

Con lo anterior, puede decirse que el comentario es una valoración propia acerca de cierto suceso. Los comentaristas deportivos, elaboran comentarios de acuerdo a sus propias formas de ver los hechos; esto es, que expresan sus valoraciones referentes a las actividades deportivas desde un punto de vista subjetivo, pues está emitiendo su propia valoración u opinión.

Los comentaristas, en las transmisiones televisivas, por lo general también son cronistas de los eventos deportivos, esto porque al poder relatar o recabar información sobre el suceso, tienen bases para poder emitir comentarios.

Puede decirse que "el comentarista es una persona que conoce el tema y al expresarse cuida el idioma, su lenguaje. Al igual que los periodistas en su redacción final, el comentarista debe hablar bien, con ideas claras y acertadas para que el receptor comprenda el mensaje, analice, emita su

opinión y le de o le reste credibilidad con base a los fundamentos que el comentarista utilice".<sup>44</sup>

Los comentaristas se expresan a través de la televisión que, como se sabe, es un medio de amplia recepción en la sociedad. De ahí la posibilidad de que sus opiniones sean captadas por una amplia audiencia, cuyos distintos miembros pueden tener diversas reacciones ante tales comentarios.

En ésta investigación se pretenden conocer los efectos de los comentarios emitidos en el programa televisivo "Los protagonistas", con respecto a la Selección Nacional del Fútbol. Al respecto, el comentario es la principal actividad periodística a describir, por lo tanto se puede extender una última valoración acerca de esta labor periodística dentro de las transmisiones televisivas deportivas.

El comentario es, pues, una apreciación hecha por conocedores de cierto tema, (en este caso sobre deportes), cuyo objetivo es orientar la opinión de los receptores, con respecto a cierto aspecto o suceso. Los juicios

---

<sup>44</sup> Garibay Mendoza, José Cruz, *Ibíd.* p. 36.



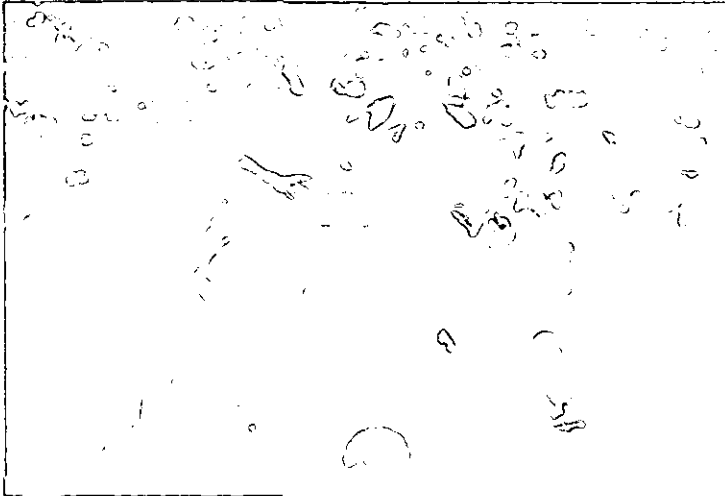
subjetivos emitidos por los comentaristas pueden o no suscitar reacciones en la sociedad.

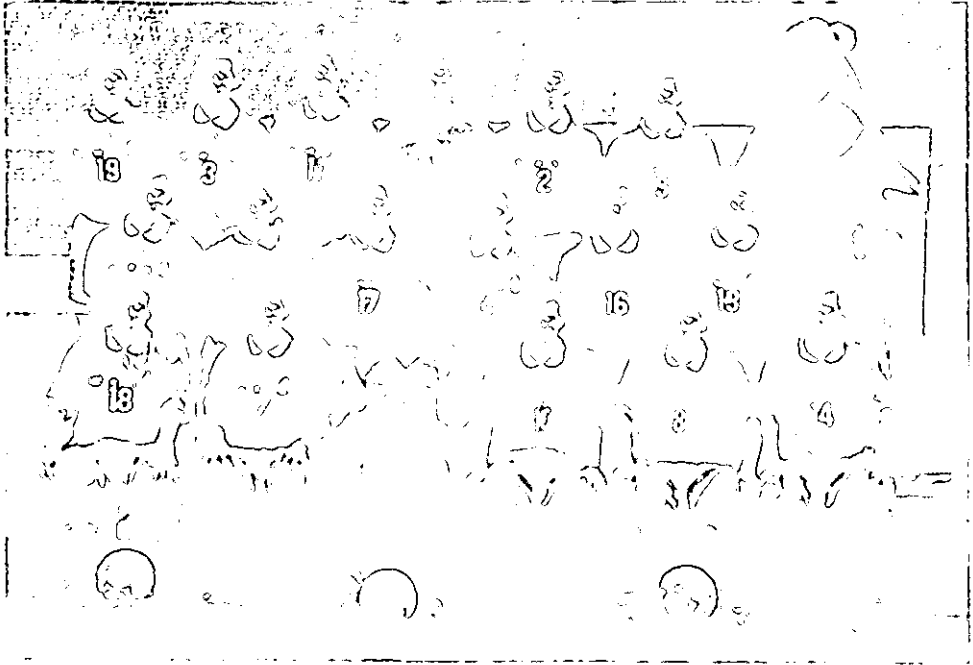
Las ideas expresadas por los comentaristas deportivos deben sustentarse en información confiable, para evitar distorsiones informativas, que puedan ocasionar perjuicios tanto al público como a los involucrados en los comentarios.

En el presente capítulo se detallaron los elementos indispensables para dar el marco teórico y conceptual que sustenta la presente investigación, toda ello además, con el propósito de definir aspectos y términos que faciliten el acceso a esta tesis.

En el siguiente capítulo se describe al fútbol, deporte elegido para este trabajo de investigación, con el caso concreto de la Selección Nacional de Fútbol, actor de quien se pueden efectuar distintos comentarios, acerca de su desempeño en las eliminatorias precedentes al mundial de Fútbol de Francia 98.

Dado que en nuestro país el fútbol es un deporte con muchos seguidores, es importante estudiar este fenómeno desde la perspectiva de la comunicación, en especial a partir de un medio electrónico, como lo es la televisión.





## LA SELECCIÓN NACIONAL DE FÚTBOL.

## **CAPÍTULO II.**

### **LA SELECCIÓN NACIONAL DE FÚTBOL**

Los deportes son una parte importante para el entretenimiento del hombre; en particular para el sexo masculino, el deporte ha pasado por su mente o en su vida por lo menos una vez, ya sea practicado o visto.

El fútbol es una de las manifestaciones deportivas que mayor atractivo tiene para los mexicanos, pues es el deporte más difundido en los medios; por lo que ya se mencionó, en este trabajo se detectarán las razones por las cuales este deporte puede considerarse o no un espectáculo para las masas.

Debido a este objetivo, es necesario describir en este capítulo los antecedentes, la situación de la selección nacional y algunos detalles más sobre el fútbol soccer, como deporte, para dar un marco contextual a esta investigación.

Además de ello, también en este capítulo se describen los antecedentes del programa deportivo de "Los protagonistas", que es la emisión televisiva de la cual se describirá y posteriormente se investigará sobre su intervención y persuasión en la opinión de los aficionados al fútbol.

## **2.1. EL FÚTBOL UN DEPORTE**

El fútbol consiste en una actividad deportiva en la que participan 22 jugadores, 11 de cada equipo que se confrontan para pegarle a un balón y anotar gol cuando mete el esférico a la portería del contrario.

Quizás esta breve conceptualización sobre el fútbol sale sobrando, sobre todo al recordar que este deporte ya es conocido por la mayor parte de los seres humanos.

Por tanto, "es por demás ponderar la importancia del primer elemento del fútbol, incluido en el mismo nombre del deporte: el balón, que en su caprichoso correr por todos los rincones de la cancha y de jugador en

jugador, va remarcando con su presencia o anulando con su ausencia, el valor concreto de los elementos del juego".<sup>45</sup>

El fútbol se convierte en un deporte desde el momento preciso en que se está compitiendo y además, desarrollando una actividad por parte de un jugador, en donde participa la condición física y destreza de éste.

La práctica de este deporte inició como tal en Inglaterra, sin embargo, anterior a ello, existieron en tiempos remotos diversas formas deportivas en las que se jugaba con un balón. De este modo, los antecedentes se remontan a citar al fútbol como un deporte practicado inicialmente en Asia.

"En el siglo VI a. de C., para celebrar el cumpleaños del emperador, se jugaba en China el Tsu Chu. Tsu significa (debe patear) y Chu (pelota de cuero rellena). El juego se llevaba a cabo frente al palacio real y consistía en dos postes de bambú de 8 metros de altura adornados con coloridos listones de seda. Sobre éstos descansaba una red con una abertura de 30

---

<sup>45</sup> Basaguren, Juan Ignacio. Fútbol Adentro. Compañía Editorial de Ex-Jesuitas. México. 1992., p. 34.

centímetros, por donde los jugadores debían pasar el balón relleno de crin o de pelo. Sólo se usaban los pies y los tiros eran por turnos".<sup>46</sup>

De ello, hay referencias ampliamente documentadas, entre las cuales destacan las de los chinos eruditos: Tsao Tse y Yang Tse, en las cuales se menciona la existencia de una "variante" balompédica en los remotos tiempos del siglo XXV antes de nuestra era".<sup>47</sup>

Dichos eruditos citaban que bajo el patrocinio de un emperador llamado Xeng-Ti, los soldados a su servicio estaban obligados a practicar, entre otros ejercicios de adiestramiento, un juego de gran parecido al fútbol actual, ya que se utilizaba un balón que estaba hecho de una capa de pellejo de animal, relleno de pelo o crin.

La práctica del juego de pelota también llegó a Japón en donde "se jugaba el Kerami que consistía en lanzar una pelota unos a otros en un campo de

---

<sup>46</sup> Hernández Luna, Juan. El Fútbol. Pasión de multitudes. Ed. Corporativo Mina, S.A. de C.V., México. 1996., p. 10.

<sup>47</sup> Enciclopedia Mundial del Fútbol. Vol. I. Ed. Cromos, Colombia, s/f., p. 5.

14 metros cuadrados. En los cuatro ángulos de la cancha, estaban colocados un cerezo, un pino, sauce y arce".<sup>48</sup>

Por otra parte, en Grecia el juego de pelota fue practicado durante el siglo II a. de C., surgiendo de allí el Harpaston y el Episkyros, juegos que permitían distraer y adiestrar a las tropas. Este juego se llevaba a cabo utilizando una vejiga de cerdo rellena de aire. Lo anterior se puede probar, en una pintura del siglo III a. de C., hallada en unas cuevas de la isla de Samotracia. "En ella se aprecia perfectamente a un individuo en disposición de llenar de aire un pellejo en forma esférica, utilizando para ello un largo tubo".<sup>49</sup>

En Roma surgió un deporte parecido al griego, "el haspartum fue violento heredero del episkyros, en el sentido de ser una mezcla de balonmano, fútbol y sobre todo, rugby. Dos grupos de hombres de número variable, debían concentrarse y actuar en la impulsión de un balón hasta conseguir que rebasara una línea situada en el campo enemigo".<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Hernández Luna, Juan. Op. Cit., p. 10.

<sup>49</sup> Enciclopedia Mundial de Fútbol. Op. Cit., p. 5.

<sup>50</sup> Ibídem., p. 6.



El balón era igual al griego, pero en este caso, los jugadores usaban unas manoplas por medio de las cuales se golpeaban en la contienda, era un juego violento, distinto al practicado en China, Japón y Grecia.

El fútbol como el que se conoce actualmente, en tiempos remotos fue un adiestramiento importante para las tropas bélicas, incluso cuando los soldados salían a batallas fuera de su lugar de origen, practicaban en otros lugares este deporte.

En otras ciudades de Europa como Bretaña, Normandía y las Galias se iniciaron en tiempos antiguos, algunos juegos de corte similar a los romanos y griegos. Sin embargo, éstos seguían teniendo violencia en su práctica.

En 1410 en Florencia se comenzó a practicar un deporte llamado Calcio en la Plaza de la Señoría; este estaba basado en jugar con una pelota, y puede ser que se le considere el antecesor del fútbol moderno. Este juego se oficializó cuando el clan Médici llegó al poder.

"Pietro Médici reunió en Florencia a los más destacados jugadores de calcio pues dicho deporte era considerado como un excelente ejercicio y un formidable espectáculo".<sup>51</sup>

Es decir que este deporte ya empezaba a ser parte del entretenimiento público, "los políticos florentinos, con una inteligencia digna de Maquiavelo, concluyeron que el juego tenía una virtud por encima de cualquier otra cosa: constituía una válvula de escape para el agitado ciudadano de Florencia, acosado por necesidades económicas y, a veces, sumido en el aburrimiento".<sup>52</sup>

Por otra parte, el deporte de pelota se extendió a otros lugares de Europa, incluso, existen datos de que a la par de Grecia y Roma, Inglaterra y Escocia eran otros de los lugares en los que este deporte se practicaba en el siglo VIII; pero fue hasta el XIX que entre los estragos de la Revolución Industrial se estipularon las reglas para llevar a la práctica el juego de pelota sin violencia. "A partir de este hecho comenzó a 'intelectualizarse' aquel

---

<sup>51</sup> Hernández Luna, Juan. Op. Cit., p. 12.

<sup>52</sup> Enciclopedia Mundial de Fútbol. Op. Cit., pp. 6-7.

brutal juego de persecución de un balón que se había denominado football, y que todavía se practicaba a nivel popular".<sup>53</sup>

Este deporte se consolidó como tal en las Universidades de Inglaterra y Escocia, tales como Eton, Harrow, CharterHouse, Winchester, Rugby, Cheltenham, Oxford y Cambridge. "Es un hecho que también en aquellos centros había penetrado la 'salvaje costumbre' de perseguir como fuera, sin reparar en medios, una pelota para conducirla a una meta adversaria"<sup>54</sup>

Cabe señalar que cada uno de estos Centros Universitarios fueron elaborando sus propias reglas, e incluso se estipularon distintas formas de juego de pelota, en que no sólo se utilizan las manos, para meter el balón en la zona contraria, sino también los pies; en otros casos sólo se usaba alguna de las extremidades, (superiores o inferiores).

---

<sup>53</sup> Ibid. p. 14.

<sup>54</sup> Ibid. p. 15.

Ejemplo de ello fue que "los alumnos del Colegio de Rugby, fundado por Thomas Arnold decidieron recoger el balón con las manos y hacer oval el esférico".<sup>55</sup> De allí nació el Rugby.

Hasta 1846, en estos Centros Universitarios se había estado jugando el juego de pelota según las reglas de cada uno de ellos, por lo que fue necesario establecer un reglamento que rigiera al fútbol en forma general. Como consecuencia de ello, un conjunto de directivos y estudiantes de diversos centros educativos de la nación, elaboraron un código para el fútbol.

"Este código deslindaba los posibles tipos de juego: el de manos-pies por una parte y el de solamente pies por otra, perfilando así la escisión entre los dos grandes juegos herederos de la vieja tradición de perseguir un balón".<sup>56</sup>

Pese a que siguieron existiendo ideas distintas en la práctica del fútbol y del rugby, se pudieron separar ambas formas y de allí surgió en Gran Bretaña el

---

<sup>55</sup> Hernández Luna, Juan. Op. Cit., p. 17.

<sup>56</sup> Enciclopedia Mundial de Fútbol. Op. Cit., p. 17.

primer club no universitario en 1857: el Sheffield Club. Posteriormente, en 1862 surgió el segundo en la ciudad de Nottingham: el Notts County. A partir de esa fecha empezaron a surgir nuevos equipos.

Ante la proliferación de clubs de fútbol, se tuvo que crear un organismo que consolidara, coordinara y perfeccionara las actividades y el incipiente código de Cambridge, que aún era vacilante en cuanto al uso de las manos en el juego. De esta forma surgió la Football Association el 23 de octubre de 1863 en Londres.

A partir de la unificación de los reglamentos existentes en 1863 la evolución del fútbol fue bastante rápida. El primer paso del crecimiento de este deporte se dio con la internacionalización del juego, que se divulgó por las posesiones inglesas en el mundo y por los países de la Gran Bretaña.

En Escocia, en 1867, se creó el legendario Queens Park Club, haciendo con ello la rivalidad entre ingleses y escoceses. "Pues bien tales condiciones de rivalidad se materializó en 1871, con la fundación de la primera competición oficial de la historia, la denominada copa de la Football

Association; más tarde en 1872, se celebró el primer gran match de selecciones 'nacionales' entre ingleses y escoceses".<sup>57</sup>

Desde ese momento se difundieron las asociaciones, Escocia, Gales e Irlanda formaron las suyas y organizaron torneos locales.

Por otra parte el fútbol se empezó a difundir en otros países del mundo. "Fue en la madre patria donde la nueva práctica deportiva se asimiló con rapidez. Su llegada a España fue por el Sur, en Huelva existían importantes empresas mineras con capital inglés y algunos mineros de esa nacionalidad formaron en 1872 el primer equipo español, el Huelva Recreation Club, ya aceptado oficialmente para 1889".<sup>58</sup>

Asimismo, antes del término del siglo XIX ya existían equipos de fútbol en algunos países como Austria, Alemania, Bélgica, Hungría, Suecia, Italia y otros europeos.

---

<sup>57</sup> *Ibidem.*, p. 18.

<sup>58</sup> Enciclopedia del Mundial. Ed. Ovaciones. Vol. II. México. 18 de enero de 1998., p. 7.

En América Latina este deporte también ingresó, a partir de tres vertientes; en primera instancia se puede decir que se tiene datos del juego de pelota en tiempos precolombinos, tanto en México como en América Central y en los países de la zona andina. La segunda vertiente se refiere a la herencia que dejaron los españoles y la tercera a la inmigración de europeos a países latinos, sobre todo ingleses.

La primera competencia en América como tal, se dio en Argentina en 1883, y en 1889 se jugó el primer partido internacional entre Uruguay y Argentina.

Cabe señalar que conforme se integraban los equipos en los países del mundo en los que se practicaba, se fueron organizando las asociaciones respectivas de fútbol con la intención de cuidar el cumplimiento de las reglas.

Ante ese crecimiento de federaciones nacionales y su incesante aumento se crearon las condiciones para establecer un organismo supranacional. "Las federaciones nacionales podían regir sus propias actividades futbolísticas, pero la realidad de los intercambios competitivos de carácter internacional

hizo germinar rápidamente la idea de coordinarlos a través de un nuevo organismo. De esa necesidad, quizás un poco prematura, nació el 21 de mayo de 1904 la Federación Internacional del Fútbol Asociación (FIFA)".<sup>59</sup>

La expansión del fútbol siguió en todo el mundo, pero fue coartada en 1914 con el estallido de la Primera Guerra Mundial, que supuso un freno a la mayoría de las competiciones futbolísticas de los países contendientes, pero no redujo el creciente número de aficionados, ni tampoco el ánimo de los países que no estaban en situaciones bélicas.

En 1920, el fútbol resurgió en las Olimpiadas llamadas "Juegos de la Paz", en donde este deporte ocupó un importante lugar. Lo mismo sucedió en 1924 en los Juegos Olímpicos de Francia y en los de Amsterdam, en 1928. Para 1930 la FIFA decide que se tenía que llevar a cabo la I Copa del Mundo.

Dicho torneo internacional se dio lugar en Montevideo, Uruguay, con la participación de Bélgica, Francia, Rumania, Yugoslavia, Argentina, Bolivia,

---

<sup>59</sup> Enciclopedia Mundial del Fútbol. Vol. II. Ed. Cromos. Colombia. s/f., p. 26.



Brasil, Chile, Estados Unidos, México, Paraguay, Perú y Uruguay, en el que ganó el propio anfitrión.

Italia fue la sede de la Segunda Copa Mundial en 1934, con la participación de 29 equipos mundiales, y con la inasistencia de Uruguay, el campeón de la primera copa.

Francia fue el anfitrión para la Tercera Copa en 1938, pese a los conflictos bélicos existentes en Europa y a la abstinencia de participación de las selecciones de Uruguay, España, Austria y Argentina.

El cuarto campeonato mundial se llevó a cabo hasta el término de la Segunda Guerra Mundial, en 1950 con sede en Brasil. Esta fue la primera copa a la que asistió Inglaterra.

En 1954 la sede fue Suiza; la quinta copa albergó a 16 países. La sexta se llevó a cabo en Suecia en 1958, y la séptima en 1962 fue en Chile.

En 1966 Londres se vistió de gala para recibir a 16 países competidores, la misma cantidad que recibió México en 1970 para la novena Copa Mundial. La décima se celebró en Alemania.

Sin quedarse atrás, Argentina fue la sede de la undécima copa de Fútbol, además de coronarse como campeón. España fue el país que recibió a los competidores de la décimo segunda copa.

Un caso sin precedentes fue el hecho de que México, tras los problemas económicos de Colombia (país seleccionado como organizador de la décimo tercera copa mundial) fuera el elegido para llevar a cabo este evento. En 1990, Italia fue la sede y en 1994, Estados Unidos, mientras que para 1998 será Francia quien abra por segunda vez en la historia del Fútbol, sus puertas a los participantes.

Bajo estos antecedentes, se puede observar que el Fútbol es un deporte que a nivel mundial ha interesado a los hombres; por ello, se ha considerado estudiar los efectos que como deporte tiene el fútbol en la sociedad mexicana.

Con el propósito de conocer más sobre el caso particular de México y la llegada del fútbol a este país, a continuación se describe el tema.

## **2.2. EL FÚTBOL MEXICANO**

La presencia de técnicos y trabajadores ingleses en algunas de las empresas mineras en México fue la razón que hizo que llegara el fútbol a México, "en 1900 los técnicos y mineros de la Compañía Real del Monte fundaron el Pachuca Athletic Club, primer equipo de fútbol en la República".<sup>60</sup>

La práctica del juego se expandió a pasos desmesurados, formándose diversos equipos en distintos lugares del país. Cuatro equipos y el Pachuca jugaron el primer torneo nacional en 1902, sin embargo no era considerado oficial dado que no existía aún un organismo que lo reconociera.

---

<sup>60</sup> Hernández Luna, Juan. Op. Cit., p. 29.

Dichos equipos fueron el Reforma Athletic Club, el México Cricket Club, el Orizaba Athletic Club y el British Club. Sus nombres pueden dar una idea de la influencia inglesa prevaleciente en el fútbol mexicano.<sup>61</sup>

Cabe señalar que esa época estuvo caracterizada por el debilitamiento del porfiriato y por la Revolución Mexicana y la lucha de caudillos, lo que trajo una desestabilización de la situación social del país, lo que impedía la formación de un organismo rector del fútbol mexicano.

Sin embargo, siguieron apareciendo clubes, entre los que destaca Deportivo Atlas, formado por tapatíos y fundado en 1916. En ese mismo año surgió el club Toluca y se fusionaron el Récord y el Colón, para crear el América. Otro equipo que sin duda destaca y que fue de los primeros en crearse y aún en la actualidad se conoce, es el Guadalajara que en 1906 surgió con el nombre de Unión Football Club y que en 1908 cambió su nombre por el que actualmente tiene: Guadalajara.

---

<sup>61</sup> Enciclopedia del Mundial. Op. Cit., p. 11.

En 1920 nació la Liga Nacional de Fútbol y en 1921 se llevó a cabo la primera competencia nacional que se llamó Campeonato del Centenario, dentro del programa de festejos de la independencia, en septiembre. En él participaron por la capital el Germania (fundado por alemanes), el España, Asturias, México, Deportivo Internacional, Amicale, Francaise, Luz y Fuerza y Morelos. Por la provincia el Sportin de Veracruz, Iberia de Córdoba, Atlas, Guadalajara y el Pachuca.

Para 1922 se fusionaron las Ligas Nacional y Mexicana y surgió la Federación Mexicana de Fútbol. Para 1929 esta federación se afilió a la FIFA. En 1930 se creó la Federación Central de Fútbol, misma que en 1932 se fusionó a la Federación Mexicana, separándose en 1935 pero reuniéndose de nuevo en 1948 para crear la actual Federación Mexicana de Fútbol Asociación (FMF).

A partir de esa fecha se han creado varios equipos de fútbol, lo que ha llevado a la necesidad de crear divisiones en las categorías del torneo para poder efectuar ligas entre los equipos. De allí surgió la primera, segunda y

tercera división, conocidas actualmente como la primera, primera A y segunda división.

De lo anterior se puede decir que el fútbol en México ha sido un deporte al que se le ha dado bastante interés por parte de los mexicanos quienes han hecho de él un entretenimiento tanto para observar como para practicar.

### **2.2.1. LA SELECCIÓN NACIONAL Y LAS COPAS DEL MUNDO**

Como cualquier país, México tuvo la necesidad de crear un equipo que fuera representativo de él, ante los otros equipos internacionales. Como se citó con anterioridad, en 1922 la Federación Nacional de Fútbol se instituyó y se consolidó como tal en 1927; tras la creación de ésta, su principal misión se convirtió en llevar a México a la participación internacional, logro que pudo consolidar un año después cuando consiguió que México participara en los Juegos Olímpicos de Amsterdam en 1928, "enfrentando el 30 de

mayo a la selección española que la derrotó por un contundente siete a uno".<sup>62</sup>

Pese a la derrota comprendida por la premura en la formación de la selección mexicana, México se animó a participar en el primer campeonato de Fútbol mundial en Uruguay.

Poco después, quizás dos años, la afición mexicana se empezó a consolidar y apoyar a la selección nacional; misma que ha participado en distintas copas mundiales como la primera en Uruguay, en donde le tocó junto con Francia abrir con el partido inaugural del Campeonato Mundial, el 13 de julio de 1930 donde perdió 4-1. En esa misma copa se enfrentó a Chile con un marcado final de 3-1 y con Argentina, quedando 6-3.

En 1934, "México no participó en la fase final de la Segunda Copa del Mundo. Pero de cualquier manera viajó a Italia para resolver, en Roma, al ganador de la zona norte de América contra Estados Unidos, a invitación

---

<sup>62</sup> Ídem.

especial de Duce Mussolini".<sup>63</sup> En este encuentro México perdió 4-2. En la tercera Copa, México no asistió por no haber calificado.

En 1950, en Brasil, México se enfrentó a Brasil, Yugoslavia y Suiza; con el primero quedó 4 a 0 favor Brasil, con Yugoslavia 4 a 1 favor el contrincante y con Suiza 2 a 1. Esto significa que el papel desempeñado por México en las Copas no era optimista desde sus inicios.

En la quinta Copa, la de 1954, México se volvió a enfrentar a Brasil perdiendo México 5 a 0. Con Francia quedó 3 a 2 favor de los europeos. En Suecia el país anfitrión le ganó al mexicano 3-0 en el partido inaugural. Sin embargo fue en esta copa mundial en la que México ganó su primer punto al obtener un empate ante el país de Gales, pero fue derrotado en su tercer partido ante Hungría 4-0.

En 1962 México contendió frente a Brasil nuevamente, España y Checoslovaquia. En esta Copa, México ingresó a los octavos de final en los

---

<sup>63</sup> 1934: México no participó en la fase final. Reportaje publicado en Revista Médica. México. Mayo de 1994., p. 26.



que fue eliminado pero en los que también demostró ser un equipo con posibilidades de reto para las otras selecciones.

En la Copa Mundial de Fútbol de Londres 1966, México estaba representado por una selección más sólida; esto se debía a que los jugadores dieron a este deporte una importancia trascendental desde 1962, cuando en Brasil se dieron cuenta que contaba con las características para retar a cualquier selección extranjera.

Aún cuando la selección nacional mexicana estuvo mejor preparada para ese mundial en Inglaterra, no fueron suficientes sus esfuerzos y terminó derrotada nuevamente por otras como Francia, Uruguay y el propio país anfitrión.

1970 representó para México uno de los años más importantes de su historia, gracias a que fue el anfitrión de la novena copa mundial de fútbol. La selección nacional encontró un momento muy significativo como equipo, ya que en este mundial, no sólo era una competidora sino que era la anfitriona de otros países futboleros.

En esta Copa México participó cuatro veces, la primera contra la entonces URSS con quien empató en ceros; la segunda fue contra el Salvador, ganando 4 a 0 lo que hizo que se fomentarán las esperanzas de poder hacer un buen papel en su propio país, lo mismo sucedió cuando le ganó a Bélgica 1-0; pero los sueños de ganar se derrumbaron al enfrentarse a Italia, quien venció a México 4-1 y lo dejó fuera del campeonato.

En 1974, la selección mexicana de fútbol no participó pues resultó eliminada y fue hasta el 78 que México reapareció en la Copa Mundial en Argentina. Su presencia en este campeonato ha sido considerada como "nuestro máximo desastre en las copas del mundo".<sup>64</sup> Esto se debe a que México quedó en el último lugar de todas las selecciones participantes.

En 1982 México no participó en la Copa Mundial de España, fue hasta 1986 cuando al convertirse nuevamente en el anfitrión de la copa, tras la renuncia

---

<sup>64</sup> 1978, últimos en el mundial de Argentina. Reportaje publicado en Revista Médica.

Ibidem., p. 92.

de Colombia, quien no pudo solventar los gastos económicos que representaba este evento, México pudo participar.

Ante esta situación, el fútbol nacional se transformó nuevamente buscando destacar entre todos los participantes extranjeros. Con esta nueva mentalidad, México empezó a desempeñar un papel que agradaba a todos los mexicanos. En el primer encuentro, México venció a Bélgica 2-1; en el segundo empató 1-1 frente a Paraguay; en el tercero México derrotó a Irak 1 a 0 y esto le permitió pasar a cuartos de final.

En esta fase se enfrentó a Bulgaria y la venció con un marcador de 2 a 0, por lo que pasó a los octavos de final; ahora era otro, el contendiente más difícil de vencer: Alemania, quien le terminó ganando a México en a serie de penalties con 4 goles a 1.

En 1990, oficialmente México no asistió a Italia "porque la FIFA impuso un castigo en todos los niveles —la falta se cometió en la sub 20— debido a la

alineación de cuatro 'cachirules' en eliminatorias de CONCACAF para el Mundial Juvenil de Arabia Saudita 91".<sup>65</sup>

Y finalmente en 1994, en Estados Unidos ha sido hasta el momento el último sitio de sede de la Copa Mundial en la que México ha participado, enfrentándose a Irlanda, Italia y Noruega, pasando a octavos de final en primer lugar de su grupo y fue eliminado por Bulgaria en penalties.

En esta breve sinopsis se puede observar que la selección nacional no ha tenido el empeño necesario para ingresar a las mejores del mundo, siempre se ha quedado a un paso y con las ganas de lograr consolidar el sueño de ganar.

Con lo anterior puede decirse que la Selección Nacional está encontrada con intereses deportivos y económicos que no pueden combinarse con facilidad sobre todo en el ámbito internacional.

---

<sup>65</sup> *Ibidem.*, p. 102.

La selección nacional, en estos momentos se encuentra en la espera para partir a Francia en donde se llevará a cabo la Copa Mundial de 1998. A México le costó bastante perseverancia y atención el estar como integrante de esta Copa, sobre todo después de que su desempeño no ha sido del todo satisfactorio considerando que en situaciones tan sencillas la selección nacional no ha demostrado tener la posesión del control de lo que hace.

Realmente ahora no es importante señalar la situación actual de la selección nacional, ya que será en el siguiente capítulo en donde se plantee lo que sucede alrededor de ésta y del propio público aficionado; ahora por el momento, se señala al fútbol ante los medios de comunicación masiva.

## **2.3. EL FÚTBOL UN ESPECTÁCULO A TRAVÉS DE LOS PROGRAMAS DE DEPORTES**

Como se ha podido observar a través de los antecedentes del fútbol tanto nacional como extranjero, es que este deporte ha tenido un desarrollo rápido y expansivo. Situación que sin duda se ha debido a la afición, es decir al público que observa este deporte y lo considera un espectáculo.

Desde sus inicios, "la competitividad desarrollada en el marco de una sociedad en la que el lucro constituía un acicate siempre presente, propició pronto ambiciones en los fundadores de clubs —en general comerciantes o industriales— y los propios jugadores, que veían en la rápida popularidad que alcanzaba el deporte futbolístico la posibilidad de autorrealizarse en una nueva profesión".<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Enciclopedia Mundial de Fútbol. Vol. II. Op. Cit., p. 23.

Asimismo, el fútbol en sus albores empezó a abrir vías al espectáculo de masas, ya que los aficionados ingresaban a los estadios a ver jugar a sus equipos favoritos.

Esto aún sigue ocurriendo, incluso gracias a los medios de comunicación, quienes a través de la masificación que permiten por llegar a cientos de lugares a la vez, ayudan a que el fútbol o cualquier otro deporte se convierta en un espectáculo.

En el caso particular del fútbol, este deporte posee algo que por si mismo lo hace ser un espectáculo "que despierta pasiones y transforma a apacibles ciudadanos en hinchas más terribles de su equipo".<sup>67</sup>

Cuando se da el caso de que haya un partido importante para los aficionados, como por ejemplo alguno importante de la selección nacional, las calles de una ciudad pueden vaciarse, ya sea porque están en el lugar del encuentro u observándolo por la televisión o escuchándolo por la radio.

---

<sup>67</sup> Bulté, Luis. "Fútbol Deporte de Masas". Caricatura Social Artículo publicado en Revista Conocer, Año 2, No. 123., p. 28.

Desde donde se observe o escuche el partido, el aficionado puede sentirse dentro de éste, "el campo de juego y sus argumentos funcionan como un trasunto de la escena social donde cada espectador tiene ocasión de verse implicado".<sup>68</sup>

Como lo que el público busca es estar al tanto de lo que sucede con su equipo en particular o sobre la propia selección nacional, busca en donde obtener todos esos datos que le permitan estar informado.

Ante ello, algunos medios de comunicación han hecho programas o impresiones que le permitan al espectador estar enterado del fútbol. De esta forma, existen revistas, programas de radio y de televisión que tratan al tema de distintas formas.

En el caso de los programas televisivos de deportes, el fútbol ocupa un lugar primordial, ya que es al que mayor arraigo se le ha concedido por parte de los mexicanos. Tras este sentimiento nacionalista por el fútbol, los

---

<sup>68</sup> Ídem.



programas de deportes de televisión esconden el interés lucrativo que este ejercicio físico les puede dejar a sus empresas televisoras.

Es decir, que hacen del fútbol un espectáculo del cual no pueden olvidarse los televidentes; ya sea porque hacen hincapié en las emisiones a transmitir o porque simplemente no dejan de hablar de él.

Como se mencionó en el capítulo anterior, existen diversas formas de valorar periodísticamente a un deporte en un programa de este tipo, pero sin duda el que mayor se ejerce es el comentario, en el cual los conductores expresan su opinión basados en las propias perspectivas y experiencias de ellos.

Ante esta circunstancia, en los programas de deportes, se tiende a valorar el trabajo futbolístico de los equipos de acuerdo a los intereses propios de la empresa televisiva que transmita las emisiones citadas.

De allí surge la valoración de que en los programas de este tipo se unen las situaciones económicas y particulares de la televisora, además de la de los

patrocinadores, para que el fútbol sea un espectáculo que siga atrayendo gente a los estadios y a través de los medios de comunicación, a la necesidad de sintonizar la radio, ver la televisión o a la adquisición de la prensa escrita, con el fin de que se siga consumiendo lo que producen los patrocinadores.

En esta vertiente tan dispersa de los intereses económicos de los equipos de fútbol, de los medios y de los patrocinadores, el único que es realmente importante es el público, ya que sin él los tres primeros no existirían.

Debido a ello es que se ha hecho necesario el que hayan programas de deportes que además de las transmisiones de los partidos de fútbol (u otros deportes), permitan estar recordando continuamente al público sobre el espectáculo que significa el juego de pelota.

### **2.3.1. EL PROGRAMA: "LOS PROTAGONISTAS"**

El espectáculo deportivo empieza cuando se valora como tal un deporte, ya sea en los medios o en emisiones en particular que lo hagan. De esta forma, uno de los programas que mayor audiencia tiene debido a los seguidores de fútbol es el de "Los Protagonistas" que se transmite por la empresa Televisión Azteca, a través de su canal 7 XHIMT, de lunes a viernes de 14:00 hrs a 15:00 p.m., en cobertura nacional.

Este programa además se transmite por la radio, por el Grupo Acir en el 1260 de A.M., y en el 95.3 de F.M., en donde tiene una duración de 90 minutos, iniciando a las 14:00 y concluyendo a las 15:30 p.m.

"Los Protagonistas" es un programa que inició en radio en 1996 y en televisión en julio de 1997. Esta emisión es conducida por su titular José Ramón Fernández y por un grupo de comentaristas y periodistas deportivos que varía diariamente.

Entre los coconductores que se pueden considerar titulares del programa destacan David Faitelson, André Marín, Francisco Javier González, Rafael Puente, José Roberto Espinoza, Alfredo Ruiz, Marco Tolama y Luis Manuel López, los cuales pueden estar o no en todas las emisiones.

Los protagonistas cuenta con un equipo de reporteros que cubren las notas más importantes del día, además de las que dan los propios conductores; este equipo está conformado por Alberto Bernard, Antonio Rosique, Arturo Sepúlveda, Tonatiuh Cuevas, y Armando Martínez, entre otros.

En ciertas ocasiones son invitados a la mesa de trabajo (tipo de emisión periodística) otros comentaristas que trabajan en la empresa o en otras que estén afiliadas a TV AZTECA.

El contenido del programa puede considerarse manejado como comentario, crítica e investigación, tocando temas aledaños con el deporte. Así, se tiene que entre los temas que más se destacan en este programa están: el fútbol sóccer, tanto nacional como internacional (principalmente el primero), el fútbol americano (N.F.L. y liga mayor de la O.N.E.F.A.), la tauromaquia, el

automovilismo, el basquetbol (N.B.A.), el béisbol (grandes ligas y el campeonato mexicano), y otras expresiones deportivas que sean dignas de analizar.

En forma general se puede decir que esta emisión informativa se centra en analizar y criticar los diferentes aspectos que rodean al deporte mexicano, en particular lo que se refiera al manejo inadecuado de los federativos o responsables de cada disciplina deportiva.

El fútbol es el deporte que mayor crítica y análisis ocupa en el programa; los comentarios que se hacen distan de ser objetivos en su totalidad ya que se antepone los intereses de la empresa para destrozar a los equipos que no tengan algo que ver con ella.

Es decir que en particular, los comentaristas, empezando por el titular del programa, sólo ven errores graves y en mínimas ocasiones reconocen la labor de equipos que no estén bajo la administración de TV AZTECA (situación que hacen también los comentaristas de Televisa).

Asimismo, cuestionan la labor de la administración del Fútbol Mexicano; es decir, el trabajo de la Federación Mexicana de Fútbol (F.M.F.), de quien se habla en "Los protagonistas", como una organización con intereses influenciados por Televisa, quien es dueña además de tres equipos de fútbol en la ciudad: América, Atlante y Necaxa, y que dicen los comentaristas de este programa, (en casi todas las emisiones) infieren en la posición de los otros equipos, además de hacerlo directamente con la selección nacional.

En sí, en este programa radial y televisivo se pueden hacer valoraciones propias por cada comentarista, lo que además permite una polémica en la que se concluye por lo general, en estar en contra de la situación del fútbol nacional, comenzando por su selección.

Este programa puede considerarse versátil, entretenido e interesante en ocasiones, pero también puede considerarse amarillista dependiendo del tema y de la idea que maneje el titular sobre el caso en análisis. Cabe destacar que se denomina periodismo amarillista a aquél que destaca

información que exalta pasiones humanas, como es el caso del crimen y todo tipo de noticias alarmantes.

Ante esta situación, es necesario el que en este trabajo se mantenga la objetividad y sea mejor, que a través de una investigación de campo se determinen los efectos que puede crear un programa como el de "Los Protagonistas", en la sociedad, con comentarios que emite respecto al fútbol, en caso particular sobre la selección nacional; por ello, en el siguiente capítulo se lleva a cabo este trabajo.

### **CAPÍTULO III.**

## **LA AFICIÓN MEXICANA**

En este trabajo de investigación no se intenta hablar solamente de fútbol sin asociar a este deporte con los medios de comunicación que a su vez, son los canales que permiten el acercamiento entre los deportistas que ejercen esta actividad futbolística a nivel profesional y el público receptor que es aficionado a ella.

Por esta razón en este capítulo se presenta la investigación de campo realizada para conocer datos sobre la afición mexicana, que permitan determinar los efectos que causa el fútbol como deporte y en particular la selección nacional, en la afición de nuestro país.

En primer término se presenta el planteamiento del problema en el cual se especifican las razones por las cuales se efectuó la investigación de campo.



En segunda instancia se describe el método utilizado para determinar la muestra, universo de estudio al que se le aplicó la investigación a través de encuestas.

Como tercer punto se detalla el instrumento de recopilación que fue utilizado para recabar los datos necesarios en esta investigación.

Por último, se presentan la tabulación y la interpretación de los datos recopilados, especificando porcentajes representativos de cada una de las respuestas.

De este modo el capítulo expone la opinión de la afición mexicana respecto a la selección nacional mexicana. Al respecto, la palabra afición indica una propensión, afecto o inclinación por algo o alguien y, por lo tanto, también se le emplea para referirse al “conjunto de los aficionados a ciertos espectáculos”<sup>69</sup>, en éste caso, aquellas personas que gustan del fútbol.

---

<sup>69</sup> Varios, Diccionario Gran Sopena, Tomo I, Barcelona, 1993, p. 187

### **3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El fútbol es un deporte que como ya se mencionó en los capítulos anteriores, ocupa un lugar importante en el gusto del público, pero para comprobar esta aseveración, es necesario conocer la propia opinión de la afición mexicana.

Esto sobre todo tomando en cuenta que este deporte se ha convertido en un espectáculo de las masas que involucra a los deportistas, a los dueños y equipos, técnicos de clubes del fútbol soccer, a los medios de comunicación, a periodistas comentaristas y al público.

Tantas entidades conjuntas ayudan a que este deporte se desarrolle tanto en forma negativa como positiva, una opinión respecto al fútbol mexicano, en particular sobre la selección nacional.

Durante el último mundial de fútbol, realizado en Francia en 1998, se pudo constatar la importancia que los medios de comunicación prestaron a esa

Copa Mundial. Una importante cobertura se desplegó para seguir paso a paso el desempeño de todas las selecciones de fútbol.

En el caso de México, los medios de comunicación del país siguieron a la selección nacional a cada paso desde el periodo de calificación para participar en esa Copa de fútbol, llevado a cabo entre septiembre y diciembre de 1997.

De acuerdo al desempeño de la selección nacional en encuentros internacionales a nivel selecciones, anteriores al periodo de calificación, diversas opiniones se dejaron escuchar por parte de comentaristas deportivos en los medios de comunicación y sin duda una de las opiniones que mayor revuelo causó fue la que expresaron los comentaristas del programa televisivo “Los protagonistas”. Esto se debió a que los periodistas deportivos de esta emisión televisiva calificaban de pésimo el trabajo desempeñado por la selección nacional, además de que le auguraban un mal desempeño en el periodo de calificación.

A todas estas interpretaciones dadas a conocer en “Los protagonistas”, se pueden asociar opiniones del propio público, las cuales interesan a este trabajo y por lo cual se realizó una investigación de campo que permitiera conocer los efectos que esas declaraciones periodísticas causaron en la afición mexicana.

### **3.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

Para determinar el número de encuestas que habrían de levantarse en esta investigación de campo, se consultó la fórmula que Raúl Rojas Soriano expone en su libro “Guía para realizar investigaciones sociales”, y que sirve para estudios sencillos.

De acuerdo con dicho autor, esta fórmula puede aplicarse sí:

“a) La población objeto de estudios es grande (mayor a 10 mil casos).

b) El cuestionario que se aplica es reducido, entre 10 y 20 preguntas y preferentemente son cerradas.

c) Las alternativas de respuesta son mutuamente excluyentes por ejemplo: sí, no; bueno, malo; adecuado, inadecuado.”<sup>70</sup>

Con lo anterior se puede decir que en la presente investigación de campo, el cuestionario y el universo de estudio cumplen con estos requisitos pues:

1. La población que se estudia sí es mayor a 10 mil casos.

(Los habitantes de la Ciudad de México, según el censo de población y vivienda en 1995, son 8 millones 489 mil 700 personas).

2. El cuestionario está compuesto por menos de 30 preguntas pues son 18.

---

<sup>70</sup> Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Ed. Plaza y Valdés, 19ª edición, México, 1997, p.188.

3. Las alternativas de respuesta son de opción múltiple, pero existen variables que son excluyentes.

De este modo, la fórmula que se puede utilizar entonces para determinar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z_2 (pq)}{E_2}$$

Explicando los elementos de esta fórmula, se tiene que:

n = número de personas por encuestar.

z = la cantidad de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza

pq = Es la variabilidad del fenómeno estudiado. Que de acuerdo con Rojas Soriano, la máxima variabilidad posible es p = .5 y q = .5

E = Indica el grado de error o diferencia máxima entre la medida muestral que se está dispuesto a aceptar.

De lo antes dicho:

$n$  = es el número de personas a encuestar de acuerdo a la fórmula

$z$  = la confianza que se desea es del 95% por ello  $z = 1.96$

$pq$  = ya se dijo que  $p = .5$  y  $q = .5$

$E$  = el error que se acepta es del 5%, es decir,  $E = .05$

Sustituyendo los datos de la fórmula anterior:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.5) (.5)}{(.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.84169) (.25)}{(.0025)} = \frac{.9604}{(.0025)} = 384$$

$$n = 384$$

Tomando en cuenta que esta investigación de campo se realizó con el público en general, se consideró el dato del número de habitantes de la Ciudad de México, de acuerdo con el dato del INEGI (8'489,007 habitantes).

De acuerdo con ello, se utilizó el factor de corrección finito para acordar esta cifra obtenida con un número finito, por lo que:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{n}}$$

Sustituyendo:

$$n = \frac{384}{1 + \frac{384 - 1}{8'489,007}}$$

$$n = \frac{384}{10'000,451}$$

$$n = 383.98$$

Esto explica que para obtener una muestra real acerca de lo que se precisa conocer en esta investigación se deben efectuar 384 cuestionarios.



Cabe señalar que esta encuesta se le aplicó a 384 personas mayores de 15 años, tanto hombres como mujeres, en distintos puntos de la Ciudad de México como: auto servicios, cines, parques deportivos y centros comerciales.

Los meses en los que se aplicaron los cuestionarios fueron octubre de 1997 y enero de 1998.

### **3.3. RECOPIACIÓN DE DATOS**

La investigación de campo realizada recurrió a la encuesta como técnica de recopilación de datos y que consiste en conjuntar información "sobre una parte de la población denominada muestra, por ejemplo: datos generales, opiniones, sugerencias o respuestas que se proporcionen a preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio,"<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Ibidem, p. 153.

Es decir que la encuesta es una técnica de recopilación de información cuya finalidad es reunir los datos que el investigador precise acerca de lo que desea conocer. Para el caso de esta tesis, lo que se desea saber es la opinión de la afición mexicana respecto al fútbol, en particular sobre la selección nacional y su desempeño.

Para efectuar la encuesta se recorrió a uno de los instrumentos que pueden ayudar a la recolección de datos: el cuestionario. De acuerdo con Santiago Zorrilla Arena, en su obra "Introducción a la metodología de la investigación, es cuestionario es: " un instrumento escrito para ser resuelto sin intervención del investigador."<sup>72</sup>

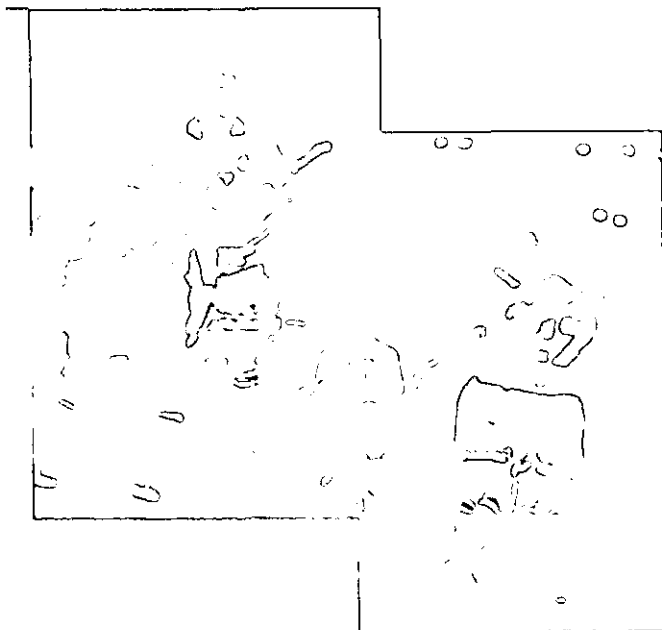
Lo anterior señala que el investigador se mantiene neutral ante la respuesta del encuestado lo que implica objetividad y veracidad en la información recabada.

---

72 Zorrilla Arena, Santiago. Introducción a la metodología de la investigación. Aguilar, León y Cal Editores, México, 1194, p. 175.

De acuerdo con lo dicho se elaboró un cuestionario de 18 preguntas tanto cerradas como abiertas con el propósito de que los encuestados aportaran los mayores datos posibles.

A continuación se presenta esta herramienta de trabajo utilizada para recopilar los datos:



### 3.4. CUESTIONARIO

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

No. De personas en su familia: \_\_\_\_\_

1. ¿Le gustan los deportes?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿Práctica usted alguno?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

3. ¿Le interesa el fútbol?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿Es aficionado de algún club de fútbol en especial?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Le gusta ver jugar a la selección nacional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

6. ¿Ve algún programa televisivo de deportes?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7. ¿Cuál de éstos?

Los protagonistas? \_\_\_\_\_

En la jugada? \_\_\_\_\_

Montana intersports? \_\_\_\_\_

Acción? \_\_\_\_\_

Otro ¿cuál? \_\_\_\_\_

(Las siguientes preguntas son para que las respondan sólo quien haya dicho que sí ve los protagonistas)

8. ¿Cómo calificaría usted al programa?

- a) Excelente \_\_\_\_\_
- b) Bueno \_\_\_\_\_
- c) Regular \_\_\_\_\_
- d) Malo \_\_\_\_\_

9. Conoce a todos los comentaristas que participan en el programa.

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10. ¿Cómo considera la información que se da en este programa acerca de la selección Nacional de Fútbol?

- a) acertada \_\_\_\_\_
- b) coherente \_\_\_\_\_
- c) objetiva \_\_\_\_\_
- d) exagerada \_\_\_\_\_
- e) falsa \_\_\_\_\_
- f) subjetiva \_\_\_\_\_

11. Influyen en su opinión acerca de la Selección Nacional de Fútbol, los comentarios que escucha en el programa?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

12. ¿Cómo considera la actuación de la selección nacional de Fútbol en este momento?

- Excelente \_\_\_\_\_
- Buena \_\_\_\_\_
- Regular \_\_\_\_\_
- Mala \_\_\_\_\_

13. ¿Se identifica usted con el equipo de la selección nacional?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

14. ¿Sigue la transmisión de todos los partidos de la selección?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

15. ¿Cuáles son sus pasatiempos?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

16. ¿Por qué le gusta el Fútbol?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

17. En su familia ¿cuántas personas siguen los partidos de la selección?

- 1) Niños \_\_\_\_\_
- 2) Mujeres \_\_\_\_\_
- 3) Hombres \_\_\_\_\_

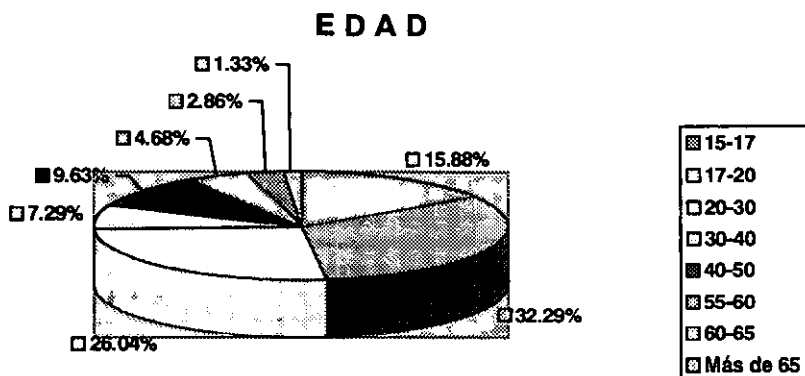
18. ¿Se apasiona con los partidos de la selección?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

### 3.5.TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN

De las encuestas aplicadas se pudieron obtener datos interesantes respecto a la presente investigación. En este punto corresponde exponer los resultados conseguidos.

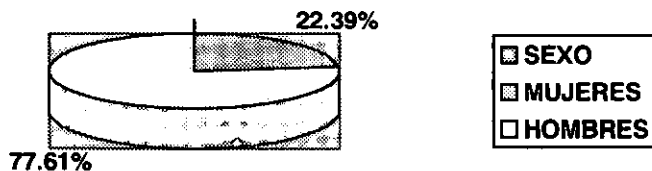
En lo concerniente a rasgos Sociodemográficos de los encuestados se tiene que:



Edades de los encuestados	No. Encuestados	Porcentaje
a) Entre 15 y 17 años	61	15.88 %
b) Entre 17 y 20 años	124	32.24 %
c) Entre 20 y 30 años	100	26.04 %
d) Entre 30 y 40 años	28	7.29 %
e) Entre 40 y 50 años	37	9.63 %
f) Entre 55 y 60 años	18	4.68 %

g) Entre 60 y 65 años	11	2.86 %
h) Más de 65 años	5	1.33 %
Total	384	100.00 %

Interpretación: Como se observa, las edades de los encuestados varían, pero destaca la juventud en la mayoría de quienes respondieron al cuestionario.



Sexo de los Encuestados:		Porcentaje
Femenino	86	22.39 %
Masculino	298	77.61 %
Total	384	100.00 %



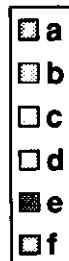
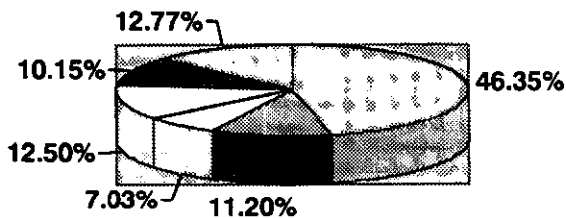
Interpretación; Más del 77% de los encuestados pertenecen al sexo masculino, lo que hace presuponer que a este sexo le atrae fuertemente el fútbol soccer. Sin embargo, como se verá más adelante, hay una tendencia creciente entre las mujeres a practicar y a ser aficionadas de este deporte.

## OCUPACIÓN

Ocupaciones

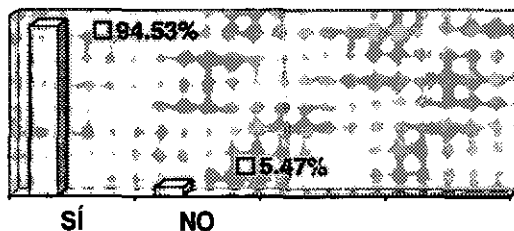
Número de encuestados

a) Estudiantes	178
b) Empleados	43
c) Empresarios y Comerciantes	27
d) Profesionistas	48
e) Amas de casa	39
f) Sin trabajo	49
Total	384



En cuanto al cuestionario, respecto a la pregunta N°.1, los encuestados respondieron;

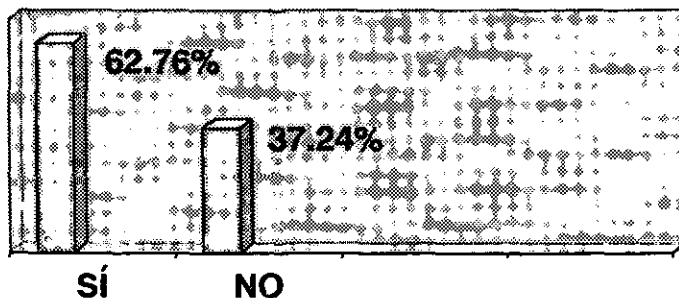
Le gustan los deportes	Número de encuestados
Sí	363
No	21
	100



De la segunda pregunta:

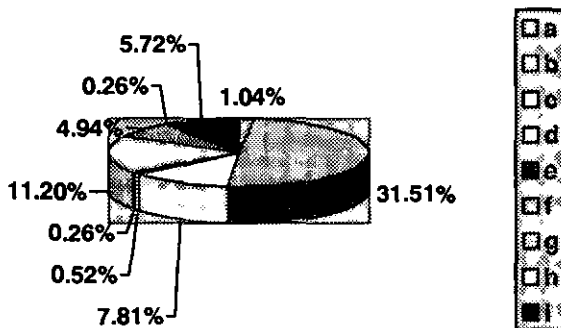
Practican algún deporte los encuestados:

Variable	Número de encuestados
Sí	241
No	143



De los deportes que practican los encuestados que respondieron sí destacan:

Variables	Número de encuestados
a) Natación	4
b) Sóccer	121
c) Fútbol Americano	30
d) Caminata	2
e) Pentatlón	1
f) Básquetbol	43
g) Voleibol	19
h) Tenis	1
i) Aeróbicos	22

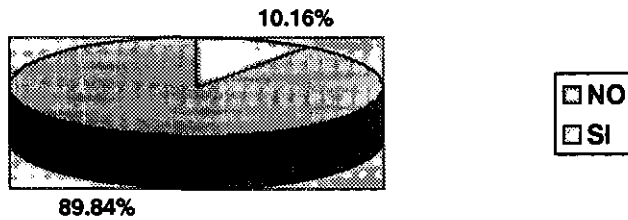


### Deportes Practicados

Interpretación: Como se observa en las respuestas de las preguntas 1 y 2, a la mayoría del público le gusta el deporte y un gran porcentaje lo practica, lo cual demuestra el interés de la audiencia por el deporte, tema general de este trabajo.

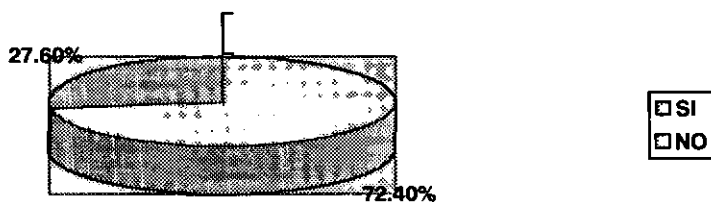
Sobre si les gusta a los encuestados el fútbol:

Variables	Número de encuestados
Sí	345
No	39
Total	384



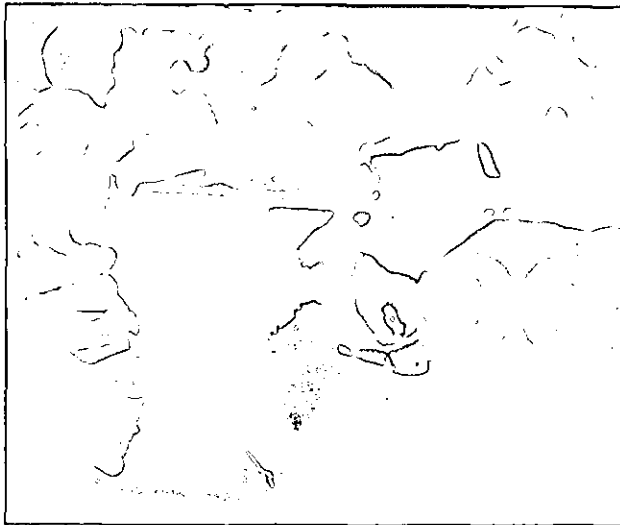
Respecto a sí los encuestados son aficionados a algún club de fútbol.

Variables	Número de encuestados
Sí	278
No	106
Total	345

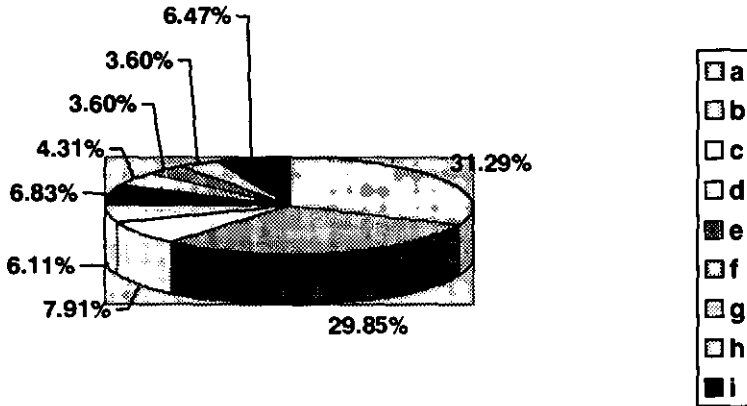


A cuál club son aficionados los encuestados:

Variables	Número de encuestados
a) América	87
b) Guadalajara	83
c) Cruz Azul	22
d) Atlante	17
e) Necaxa	19
f) Morelia	12
g) Toluca	10
h) UNAM	10
i) Otros	18
<b>Total</b>	<b>278</b>

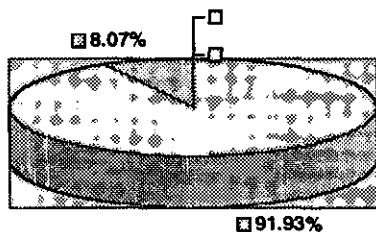


## EQUIPOS DE FÚTBOL



Respecto a sí les gusta a los aficionados ver jugar a la selección nacional:

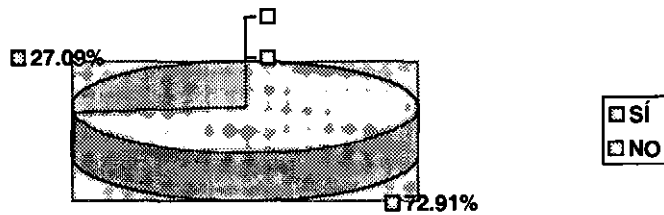
Variables	Número de encuestados.
Sí	353
No	31
Total	384



Sobre si ven algún programa televisivo de deportes:

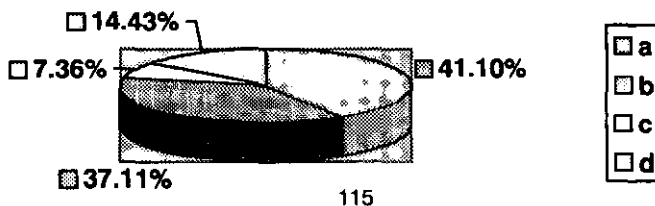
Variables	Número de encuestas
Sí	280
No	104
Total	384





De los programas televisivos que los aficionados mencionaron destacan:

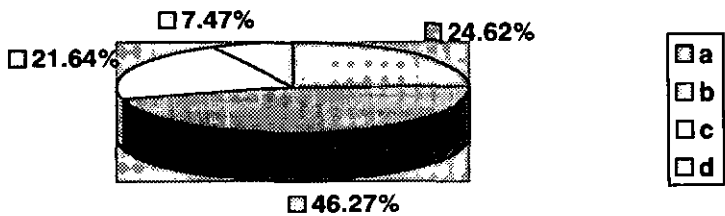
Programa	Número de encuestados.
a) Los Protagonistas	134
b) En la Jugada	121
c) Montana Intersports	24
d) Acción	47
e) Otro	0
Total de menciones	326



Interpretación: De acuerdo con los encuestados el programa que es más visto por ellos es el de "Los Protagonistas", lo cual se explica con las respuestas de las siguientes preguntas.

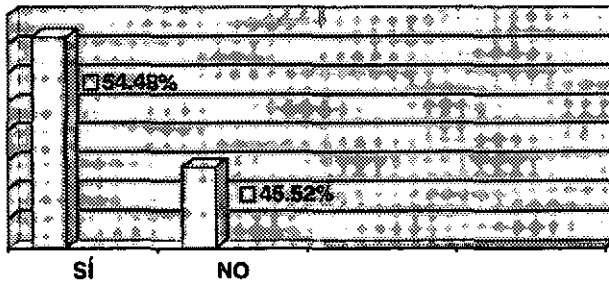
Sobre cómo califican los 134 encuestados que respondieron afirmativamente a que si ven el programa de "Los protagonistas", a esta emisión:

Variable	Número de encuestados
a) Excelente	33
b) Bueno	62
c) Regular	29
d) Malo	10
	Total 134



Los encuestados dijeron sobre si conocían a todos los comentaristas que participan en el programa de “Los Protagonistas”;

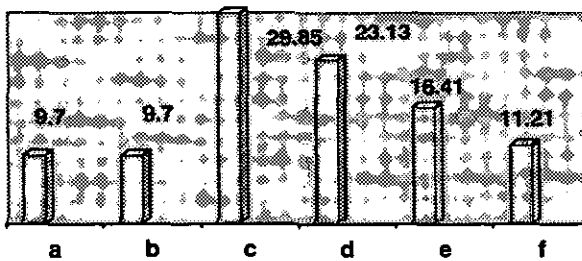
Variables	Número de encuestados
Sí	73
No	61



Respecto a cómo consideran los encuestados que se da la información en este programa, acerca de la Selección Nacional de Fútbol:

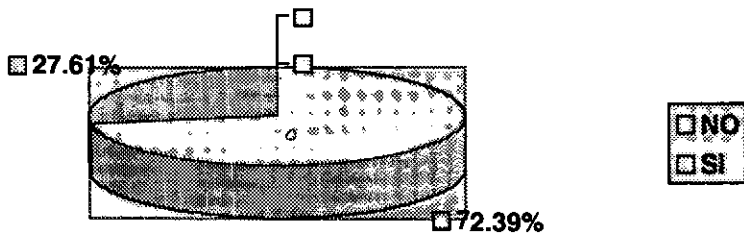
Variables	Número de encuestados
a) acertada	13
b) coherente	13
c) Objetiva	40
d) exagerada	31
e) falsa	22
f) subjetiva	15
Total	134

## INFORMACIÓN



Sobre si influyen en su propia opinión los comentarios que se difunden en este programa, los encuestados respondieron;

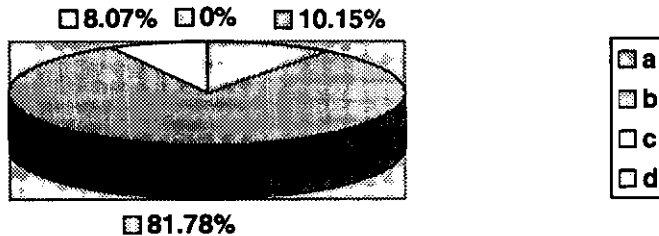
Variables	Número de encuestados
Sí	37
No	97
Total	134



Interpretación: En las respuestas anteriores se observa que los encuestados que dijeron ver el programa de “Los Protagonistas”, tienen idea de lo que se difunde en esta emisión considerando la línea de los comentaristas.

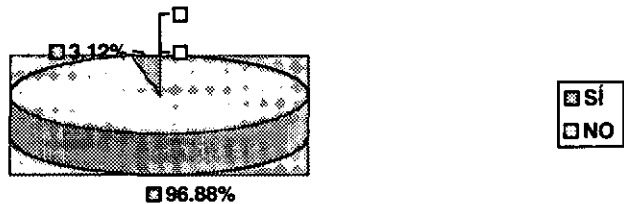
En lo concerniente a la pregunta 12 a cómo considera el público encuestado la actuación de la Selección Nacional de Fútbol en ese momento (septiembre 1997, enero 1998), respondió lo siguiente;

Variables	Número de encuestados
a) Excelente	39
b) Buena	314
c) Regular	31
d) Mala	0
Total	384



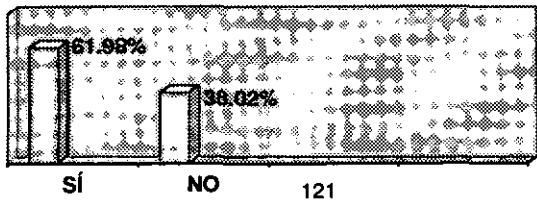
Sobre la identificación existente entre los encuestados y la selección nacional:

Variables	Número de encuestados
Sí hay	372
No hay	12
Total.	384



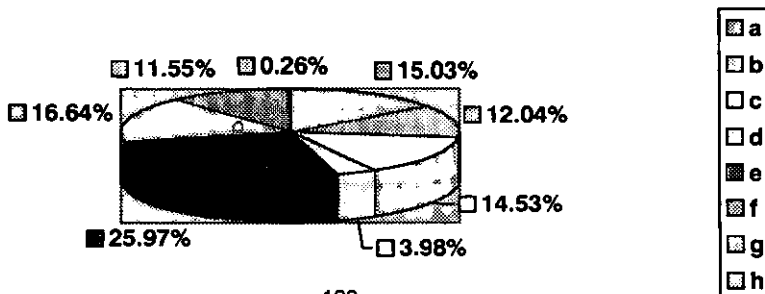
Los encuestados siguen las transmisiones de todos los encuentros de la Selección Nacional:

Variable	Número de encuestados
Sí	238
No	146



Con el propósito de conocer más sobre las costumbres de la afición Mexicana, se le preguntó cuáles eran sus pasatiempos a lo que se respondió lo siguiente.

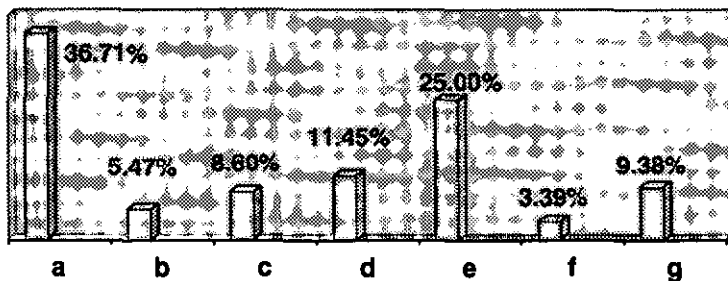
Variables	Número de encuestados
a) El fútbol soccer (práctica)	121
b) Hacer deporte y ejercicio	97
c) El entretenimiento con espectáculos	117
d) Lectura	32
e) Música (escuchar y bailar)	209
f) Reuniones	134
g) Aprendizaje	93
h) Otros (caminar, hablar por teléfono)	2
Total de menciones	805





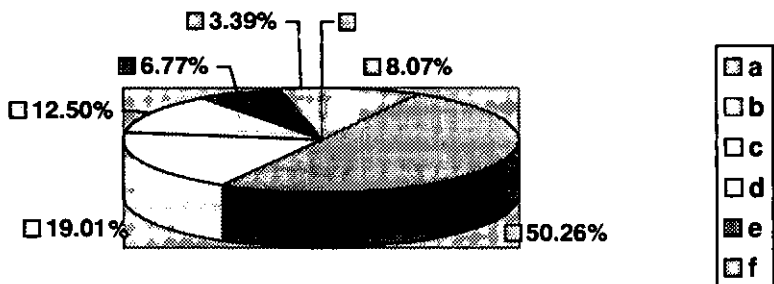
Sobre porqué les gusta el fútbol a los encuestados se obtuvieron las siguientes variables representativas de las diversas respuestas a esta pregunta abierta:

Variables	Número de encuestados
Por diversión y entretenimiento	141
Por tradición familiar	21
Porque les gusta a los amigos	33
Por los jugadores	44
Por el equipo y su lugar de origen	96
Por ser un deporte que el encuestado practica	13
Por lo apasionante del juego	36



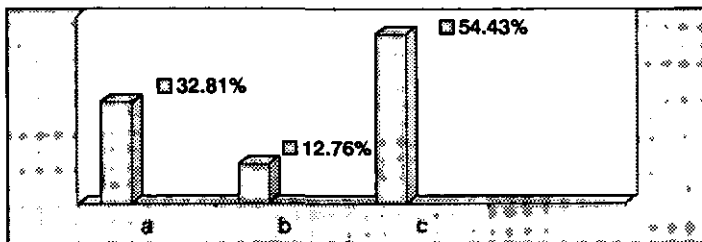
Sobre cuántas personas de las familias de los encuestados siguen los partidos de la Selección Nacional:

Variables	Número de encuestados
a) De 1 a 2	31
b) de 2 a 4	193
c) de 4 a 6	73
d) de 6 a 8	48
e) de 8 a 10	26
f) Más de 10	13
Total	384



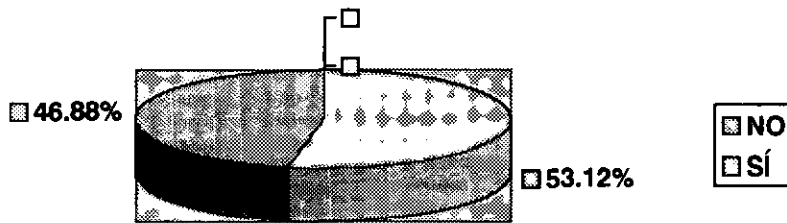
Del total de esos familiares de los encuestados que ven los partidos de la selección nacional:

Variables	Número
a) Niños	127
b) Mujeres	49
c) Hombres	209



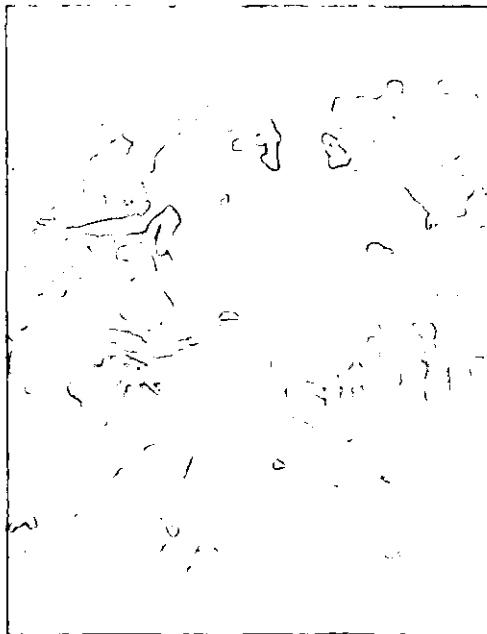
Respecto a sí se apasionan los encuestados con los partidos de la Selección Nacional:

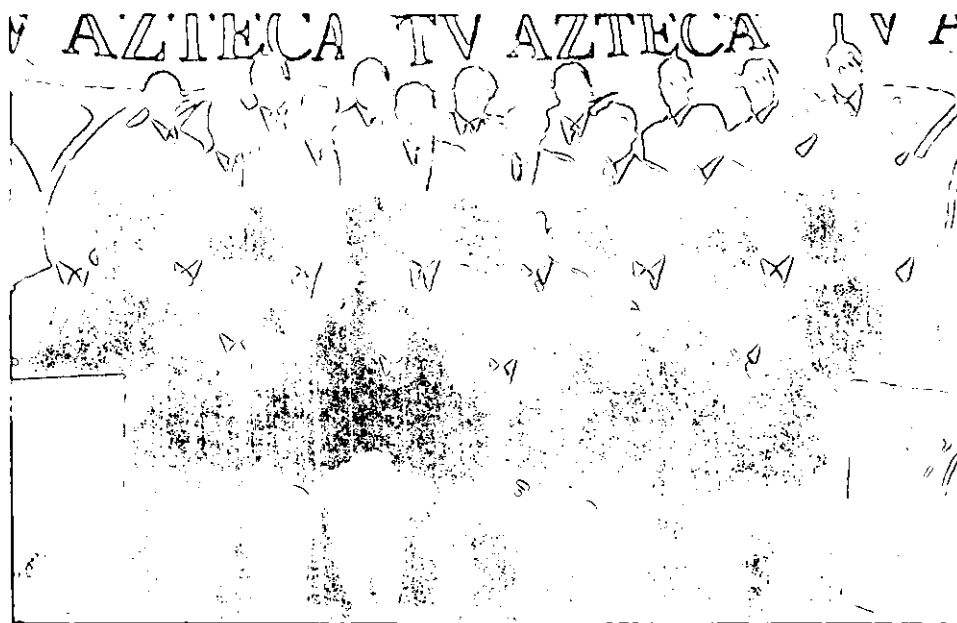
Variables	Número de encuestados
Sí	180
No	204
Total	384



Como se puede observar los encuestados han mostrado opiniones muy distintas entre sí que permiten tener una investigación de campo exitosa, pues se logró recopilar datos heterogéneos que ayudan a esta tesis.

Con el propósito de revisar con mayor detenimiento los datos que se presentaron respecto al programa de "Los Protagonistas, en el siguiente capítulo se evalúan los resultados aquí presentes, sacando de ellos mismos, un análisis sobre el tema en cuestión.





**EL PROGRAMA "LOS PROTAGONISTAS"  
Y LA SELECCIÓN MEXICANA DE FUTBOL**

## **CAPÍTULO IV.**

### **EL PROGRAMA “LOS PROTAGONISTAS” Y LA SELECCIÓN MEXICANA DE FUTBOL**

En los capítulos anteriores se pudo observar la relación que existe entre el fútbol y los medios de comunicación, destacando el que ambos factores desempeñan una función hacia la sociedad. En tanto que para el fútbol su principal objetivo social es entretener, para los medios de comunicación ese objetivo es uno de sus principales, al igual que informar y educar.

A través de los medios de comunicación el fútbol encuentra un canal para llegar a la sociedad, y ésta llegada no sólo tiene el fin primordial de distraer al público sino además lograr que adquiera ciertas conductas hacia este deporte y en sí hacia con la industria futbolística.

Este último capítulo permite exponer un análisis tanto a los resultados obtenidos en la investigación de campo, como el trabajo periodístico

enfocado al comentario del fútbol, en particular al logrado por la selección nacional, durante la fase de la calificación para la Copa Mundial de Francia de 1998.

De este mismo modo, se presenta a la corroboración de la hipótesis planteada en esta tesis, de acuerdo a los estudios efectuados y que apoyan este trabajo. Al final de ésta investigación, se toca el tema del fanatismo que provoca este deporte en el público y la difusión y propagación de éste gracias a los medios de comunicación.

#### **4.1 EL FUTBOL Y LOS PROTAGONISTAS**

En la investigación de campo efectuada en el capítulo precedente, se observa que al momento de recoger los datos para este estudio, el programa de “Los protagonistas” era conocido por la mayor parte de los encuestados, pese a que inició en 1997, un año antes de levantar las encuestas de este trabajo.



De las notas por destacar de la investigación de campo están las relacionadas con los aspectos sociodemográficos de los encuestados, observando que en su mayoría quienes respondieron a la encuesta son personas del sexo masculino con una edad promedio de 25 años. De ello se explica el que haya un notable interés hacia la práctica de este deporte, así como también hacia seguir algún club futbolístico como aficionado, es decir, como miembro del público con apego y entusiasmo por el fútbol.

La ocupación de los encuestados permite observar que la mayoría son estudiantes, correspondiendo así el que sea joven la población objeto de estudio, un hecho destacable es el que 86 de los entrevistados del total de 384 son mujeres y este 22.39% del sexo femenino, al 100% le gustan los deportes y el 69% de éste, practica un deporte como mínimo.

Aquí se observa que de un total de 384 encuestados, 363 afirmaron encontrar gusto por los deportes; solo 21 de ellos citaron que no les gustan los deportes y son hombres. Para una actitud machista a la que se ésta acostumbrando tener en México, es un dato relevante el observar que las

mujeres participan cada vez más en las diversas áreas sociales, incluyendo las deportivas, tal como se mencionó anteriormente.

Otra de las respuestas que se pueden revisar con detenimiento es la referente a que si le gusta el fútbol, en la cual se presenta el hecho de que la sociedad acepta este deporte con gran reconocimiento, incluso las mujeres en el 57% se sienten atraídas hacia este deporte para practicarlo.

Las personas del sexo masculino por su parte, dicen que este deporte les atrae tanto para practicarlo como para observarlo o en ocasiones, para seguir a cierto deportista.

Con lo dicho en párrafos anteriores se explica la situación de identificación entre el fútbol y los encuestados, lo que deja afirmar que este deporte es reconocido y del gusto de la mayoría de los hombres y mujeres encuestados.

Aún cuando puede dedicar su práctica a algún otro deporte, el fútbol se acerca a ser el mayor demanda para quienes eligen un deporte por desempeñar.

Del total de los encuestados, 287 de ellos son seguidores de algún club deportivo que juega fútbol. Esto indica que los individuos objeto de estudio, no sólo conocen el fútbol, sino que además, tienen preferencia por alguno de los clubes existentes en México, lo cual hace al aficionado seguir todos o la mayoría de los encuentros.

En la encuesta se observa mayor parte de los encuestados les agrada ver jugar a la selección nacional de fútbol, y en los encuentros que ésta tiene, siguen sus preparaciones. Aquí es destacado el hecho de que al preguntar sobre si les gustaba el fútbol 345 de los encuestados mencionaron que si era de su agrado, en tanto que al preguntar que si les gusta ver jugar a la selección nacional, el número de personas que respondieron afirmativamente se incrementó a 353; esto demuestra que aún cuando no es de su agrado a 8 personas de diferencia el fútbol, el juego en el que participa el representativo mexicano les llama la atención.

De lo que hasta el momento expuesto se examina que la afición mexicana es amplia para este deporte pero en especial para el seleccionado nacional; esto se puede deber a que el público considere a ese representativo, un

grupo mexicano que va a defender un factor de suma importancia ante otro contrincante extranjero.

La nacionalidad, convertida en patriotismo deja huella en la sociedad mexicana por lo cual se puede observar que esa mínima, representación de encuestados (8 personas) desligan al “deporte” como tal de lo que es la “Selección Nacional”.

Aquí ya se está hablando de un fenómeno convertido en efecto social, que se detalla en el primer capítulo y es el de la teoría de las normas culturales que argumenta que los medios masivos, a través de una presentación selectiva y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en su público impresiones de que las normas culturales comunes referentes a dichos temas están estructuradas o definidas en determinada forma específica. Esto significa que al presentar la televisión o cualquier otro medio, a un grupo que se distingue de los otros clubes de fútbol, logra que la sociedad perciba ese énfasis y por lo tanto se establezcan normas culturales comunes para el auditorio en su mayoría.

Las personas encuestadas, en más del 70%, ven programas en los que se comenta sobre los deportes, tales como “Los protagonistas”, “En la jugada”, “Montana Intersports”, “Acción”, entre otros. Cabe señalar que algunos de estos programas, como lo son los dos últimos, desaparecieron en la actualidad y hoy se conocen otros como “Más deporte”, “Noticieros Televisa Deportes” y otros de menor renombre.

Se puede observar que en el caso de “Los protagonistas” y “En la jugada”, emisiones de T.V. Azteca y de Televisa respectivamente, fueron las que más vio el público, incluso un año después de concluida la presente investigación, aún continuaban. El primer programa señalado, es calificado por la audiencia como bueno, lo cual se comprueba con que aún esté al aire.

En más del 54% del total de los encuestados que señalaron ver el programa de “Los protagonistas”, se tiene conocimiento de las personas que laboran como comentaristas deportivos en esta emisión televisiva, lo que puede considerarse representativo sobre la completa conciencia de parte del público sobre quienes hacen ese programa.

De los 134 encuestados que ven ese programa, 40 de ellos casi el 30%, califican a la información que dan los comentaristas de esa emisión como objetiva, sin embargo, las opiniones de otras 78 personas señalan a la información como subjetiva, falsa y exagerada. Las 26 restantes afirman que este trabajo es acertado y coherente.

De lo anterior queda expuesto el hecho de que aún cuando se considera bueno al programa, la información ahí dada, en su mayoría no tiene buena aceptación por parte del público. Al señalar el que si la opinión y comentarios dados en “Los protagonistas” influye en la propia valoración de los encuestados respecto a los temas ahí tratados, las personas objeto de estudio señalaron negativamente en la mayoría de los casos.

Con esta aseveración señalada se observa que el público se considera autónomo para opinar y crear sus propios comentarios, lo cual es sin duda una respuesta lógica ante tal pregunta. Debe destacarse que, con ésta respuesta, podemos confirmar que el marco teórico no fue adecuado, al contradecirse el planteamiento de que las opiniones del público están influenciadas por las opiniones de los comentaristas.

La participación de la Selección Nacional de Fútbol en los partidos de calificación para la Copa Mundial de Francia 1998, se llevó a cabo durante el período de septiembre de 1997 a enero de 1998, la cual fue calificada por los encuestados como buena en la mayoría de los casos.

Aquí queda expuesto el que la opinión de los comentaristas de “Los protagonistas” no afectó a las propias valoraciones de los encuestados. No obstante aquí cabe señalar que estas encuestas se levantaron en marzo de 1998 cuando a un paso de llegar a la Copa Mundial de Francia la Selección Nacional mantuvo un ritmo de trabajo que impactó a la audiencia por su buen desempeño en las canchas, sobre todo los partidos del mes de enero.

Los comentaristas del programa televisivo aquí señalado, auguraban un mal camino para la selección Nacional en la Copa Mundial de Francia, porque aunque fueron buenos encuentros los dos últimos partidos de calificación para este mundial entre México y sus contrincantes en turno, el trayecto en sí durante esta fase no fue fácil para el representativo mexicano, lo que ocasionó expectación entre el público y los comentaristas de T.V. Azteca.

Sobre todo en éstos últimos, la opinión al respecto fue en su mayoría negativa. Esto no llegó a la afición quien respondió favorablemente a la Selección Nacional, identificándose con ella, claro está que a favor del buen desempeño futbolístico de ésta.

El fútbol se considera entonces, un fenómeno social que se ha involucrado con la vida de la sociedad mexicana, dado que es una manera de obtener entretenimiento y diversión para la audiencia. La relación entre este deporte y el público, está dada, además de la asistencia de la audiencia al estadio, gracias a los medios de comunicación y en particular a la televisión por su imagen visual.

Aquí se puede hablar de la teoría de los usos y gratificaciones que tiene que ver como estudio de efectos al revisar lo que la audiencia recibe como gratificación al hacer uso de la televisión para observar el fútbol. En este caso la gratificación es ese patriotismo que se señala al inicio de este punto, pues al poder experimentar el que la Selección Nacional gane un encuentro ante otro país es el premio que recibe la audiencia.



En el estudio se encontró que la audiencia encuestada señala que aún así sin seguir todos los partidos de la Selección Nacional, si existe en un 96.88% de los casos, una identificación con este representativo mexicano, pero sólo en el 46.88% existe un apasionamiento hacia con este deporte.

La familia mexicana sin rasgos de específicas características es decir, sólo hombres o sólo mujeres, está en relación con el fútbol como deporte pero a nivel Selección Nacional. Esto dicho con mayor detalle significa que la afición del equipo representativo mexicano está compuesta por hombres, mujeres y niños de todas las edades, muestra de esta estrecha relación Nacionalismo–Sociedad–Fútbol.

A nuestro parecer esa relación no se forma naturalmente en la sociedad por si sola sino que participa para ello la opinión de quienes hacen los comentarios en los programas de deportes, que si bien esas aseveraciones no se toman tal cual por parte de la sociedad, sí se extraen ideas propias para combinar o discernir de las escuchadas.

El programa de “Los protagonistas”, a través de sus comentaristas logra el que la sociedad, en particular la aficionada a los deportes, se entretenga y olvide sus problemas y conflictos de la vida diaria, tratando el tema del fútbol según sus propios intereses como empresa (T.V. Azteca) y genera efectos en la sociedad.

Cabe agregar que aún cuando otras emisoras televisivas como “En la jugada” también lo puede hacer, el programa de “Los protagonistas” lo logra con mayor vehemencia al ocasionar que la audiencia genere sus propias valoraciones tras las que en el programa se dan y que en su mayoría son negativas en cuanto a la Selección Nacional, en su periodo de calificación de septiembre de 1997 a enero de 1998.

La identificación del público con la Selección Nacional de Fútbol se debe sin duda, al valor y otorgamiento de estatus que los medios de comunicación le proporcionan a ese equipo representativo de México, por lo que al generar buenas o malas opiniones respecto de éste por parte de los medios, se consolida la imagen de la Selección.

## **4.2. LA SELECCIÓN, ESPECTÁCULO DE MASAS**

El fútbol es un espectáculo que han creado los medios de comunicación para la sociedad. Aún cuando ésta actividad deportiva surgió como un deporte para competir contra un contrincante de similares características, los medios de comunicación han ayudado a su desarrollo viendo en él un negocio.

Todo espectáculo deportivo transmitido o difundido por los medios representa para éstos un negocio, en palabras de Fernando Mejía Barquera, señala que este tipo de entretenimiento, “ha tenido en los medios, principalmente en los electrónicos, un apoyo inestimable para crecer y convertirse, primero, en fenómeno de alcance nacional, capaz de ganar un lugar fundamental en la vida cotidiana de un país; y luego, con el desarrollo de las telecomunicaciones, en asunto de interés mundial que genera información considerada entre las de mayor demanda en la era de las comunicaciones globales.”<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> MEJÍA BARQUERA, Fernando. “Televisión y deporte” en Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana II. Ed. Espacio 99 y RMC, México, 1999, p. 176.

El fútbol es entonces considerado un espectáculo que los medios difunden para la sociedad; sin embargo, para la sociedad puede creerse que es algo más que esto, pues si bien este deporte es difundido en su práctica profesional por los medios de comunicación en su ejercicio amateur e improvisado, es un pasatiempo de la sociedad que le permite olvidarse de sus problemas.

Sin ánimos ni presunción de adentrar este trabajo en aspectos de conducta humana, es decir en psicología, que permitiera entender lo que el ser humano piensa de este deporte como un escape para su problemática social, aquí se pretende entender lo que los medios logran en la sociedad gracias a la difusión del fútbol.

De esta manera se puede decir que el llamado deporte—espectáculo ha ingresado a la vida de la sociedad gracias a los medios de comunicación, en particular a la televisión por lo que es “considerado el deporte más popular de México, el de mayor arraigo y prácticamente el único capaz de paralizar la vida del país cuando juega el representativo nacional, el fútbol es, sin

duda, la modalidad del deporte—espectáculo que más espacios ha ocupado en la televisión mexicana.”<sup>73</sup>

La popularidad de este deporte se crea con ayuda de los medios de comunicación quienes, como ya se citó, logran destacar a un equipo del resto de la masa anónima, confiriéndose así un estatus.

Por otra parte, el arraigo se debe a ese patriotismo —entendido como amor a la patria-- antes señalado que también es estimulado por los medios, pero sobre todo por ese sentimiento nacionalista que le es inculcado a todo individuo apegado a su nación y a todo cuanto a esta pertenece. Además de ello, el desarrollo tan extenso que ha tenido en México el fútbol Sóccer permite que la sociedad mexicana observe y sienta a este deporte como parte de su cultura popular. Aún cuando la llegada del fútbol se haya debido a iniciadores europeos, desde hace ya varias décadas se considera como propia la evolución de este deporte en el país.

---

<sup>73</sup> *Ibidem.* p. 182.

Fernando Mejía Barquera hace hincapié en la influencia del fútbol en las actividades de muchas personas en el país, lo cual se evidencia cuando la Selección Nacional participa en juegos de preparación o en las propias Copas Mundiales, momentos en que una gran parte de los aficionados sigue los encuentros dejando a un lado sus labores cotidianas, e incluso su trabajo.

El fútbol se adentra sobre todo en la sociedad masculina a quien le gusta seguir las transmisiones deportivas, en particular las futbolísticas cada fin de semana en periodos de torneo.

De acuerdo con Sigmund Freud, existe el fenómeno de la proyección, en que una persona se proyecta en otra, cuando ésta última realiza actos que la primera persona desearía hacer y, por alguna razón, no puede llevar a cabo. Esto se presenta en el caso de la admiración.

De lo anterior se puede decir que el aficionado de fútbol puede proyectarse en el partido y en los jugadores que admira. En este proceso la fantasía juega un papel muy importante, pues permite al espectador vivir

vicariamente (es decir, en forma mediada) las experiencias de otros. De ahí que el juego lo distraiga, haciéndolo olvidar temporalmente de sus problemas.

De este modo, al encontrar en este deporte una distracción que le permita olvidarse de sus problemas la sociedad halla un escape. Quizás el encuentro no es de su interés por no ser alguno de los equipos que se enfrentan, el que regularmente sea su favorito y sin embargo observa este partido por simple entretenimiento que le hace dejar de lado su problemática personal.

El medio de comunicación que más permite esto es la televisión, pues al observar el espectador el encuentro, analiza o simplemente ve la labor desempeñada por los jugadores de cada equipo.

A últimas fechas en México, este tipo de distracciones aligeran los pesares de los mexicanos quienes vivimos en un constante estrés y sobre todo en una continua preocupación por las vicisitudes que aquejan a la sociedad.

Por esta razón el fútbol llega a convertirse en ese escape anhelado que deja de ser espectáculo y se vuelve una forma de olvidar los problemas.

Claro está que el fútbol puede comprenderse como un escape que la sociedad precisa, al igual que a las telenovelas. Cada una de estas emisiones lo hace con sus propias características e intereses, pero al final se estructuran como espectáculos que la sociedad convierte en puntos de escape.

Un espectáculo tan popular como lo es este deporte, para los medios de comunicación, logra trascender a nivel mundial, lo que lo convierte en un proceso globalizador que es digno de analizar. Por ello, los futbolistas, entrenadores, cuerpo técnico en sí, administrativos y empresarios, ven en él una industria creciente y con un gran trayecto por explotar.

De todo lo dicho se puede concluir que en tanto que para los medios el fútbol es un espectáculo que presenta emociones, pasiones y entrega en la cancha, para la audiencia es un escape que a través de ese espectáculo, consigue para evadir su realidad social.



Ahora bien, esa evasión sólo responde a lo que los propios medios han logrado a través de la narcotización (disfunción señalada en el primer capítulo de este trabajo) y que pretende hacer que el público dependa de estos canales para controlar y estabilizar sus vidas. Lo cual beneficia a la industria de los medios de comunicación.

### **4.3. EL FANATISMO**

Se ha hablado de que la sociedad sigue los partidos de fútbol soccer, en particular los de la Selección Nacional, porque le atraen patriótica y espectacularmente estos encuentros. No obstante, se ha dejado de lado señalar que la llamada "afición", es un grupo de personas que se identifican entre sí con las características de cierta o ciertas actividades deportivas, que a su vez, es quien no pierde ni un detalle de sus favoritos.

En el caso de fútbol soccer nacional, la afición es leal a su equipo elegido y hablando de la Selección Nacional, la afición es quien más la apoya y sobre

todo deposita esa confianza en su representante nacional, pues el pueblo mexicano es así, noble.

Definiendo al término afición se puede entender “la inclinación permanente por una persona o cosa. Conjunto de aficionados a un deporte como espectáculo”.<sup>74</sup> Es decir aquellas personas que siguen algún deporte en forma permanente.

La afición es indispensable para el crecimiento y desarrollo de cualquier deporte y para el caso de la industria futbolística, este conjunto de personas son importantes pues, tanto para los medios de comunicación como para quien hace fútbol, su existencia se debe a los aficionados que compran boletos para ir a ver un encuentro en un estadio o que consumen todo aquello que esté en relación con este deporte, ya sea lo que anuncian los patrocinadores o lo que el propio Club Deportivo de Fútbol le puede ofrecer.

Algunos de los aficionados, no solamente son simpatizantes de cierto club deportivo, sino incluso se apasionan por el desempeño futbolístico hasta tal

---

<sup>74</sup> Diccionario Larousse, Ed. Larousse, Madrid, 1993, p. 219

punto que son capaces de cambiar su conducta equilibrada a una conducta desbordada que llega a llamarse fanatismo.

Por el concepto fanatismo se entiende como “aquella conducta cuyo fin es el defender algo apasionadamente, hasta tal extremo que el individuo se ciega por esa defensa.”<sup>75</sup> Los fanáticos llegan a tal punto que ven como héroes a los futbolistas, aun cuando los medios ya se han encargado de esta función.

El fanatismo es una conducta que ve como deidades a los futbolistas o a un equipo en sí. Dicho comportamiento no tiene límite e incluso está relacionado con violencia y repulsión. En apariencia esta predisposición de fanatismo está creada por la propia personalidad de cada individuo, no obstante está sugerida por los propios medios.

En el caso de la televisión, la transmisión de un partido de fútbol, puede ocasionar fanatismo pues, la ya predispuesta aceptación del público hacia los comentarios hechos sobre el encuentro, deja al descubierto el que la

---

<sup>75</sup> *Ibidem*, p. 591

audiencia (que sea aficionada) se va a apasionar sobre lo que se diga en la propia crónica deportiva y lo que ella observe en su pantalla.

De acuerdo con Desmond Morris en su obra *The Soccer Tribe*, se dice que “el fútbol suscita a menudo grandes oleadas de emociones violentas entre los espectadores. Pero, en cambio, nunca las apacigua. Este aspecto bélico del fútbol y la agresión que despierta han sido objeto de muchas polémicas. Algunos sostienen que la práctica o la contemplación de este deporte satisface los sentimientos violentos y los disipa de modo inofensivo.”<sup>76</sup>

La idea que el autor resalta es que la sociedad sufre de frustraciones en su vida cotidiana y que las lleva dentro todo el tiempo en forma de cólera reprimida. Emoción que hierve en el fuero interno del hombre, es acumulada en espera de una oportunidad para que explote de alguna manera visible, y esto puede ser como fanatismo.

---

<sup>76</sup> Morris, Desmond. Citado por Huerta, Héctor en Héroes de consumo popular. Ed. Agata, México, 1992, p. 23

En el caso de que no surja ninguna oportunidad esta cólera se reprime hasta pasar a ser una afección biológica que afecta a la salud.

Cuando el fanatismo se presenta es porque esa cólera está en proceso de encontrar salida, es decir, en busca de esa oportunidad para desencadenar el arrebató que lleva consigo el apasionamiento.

Es cierto que si el fanático que grita y pelea contra un aficionado del equipo contrario se comportara así en sus círculos sociales, estaría metido en problemas serios.

Aquí cabe aclarar que el fanatismo visto en esta investigación no pretende mostrar la conducta humana sino lo que la televisión como medio de comunicación puede lograr que se genere en la sociedad.

En este sentido, los comentaristas pueden contribuir a que este mismo fenómeno se desarrolle, pues pese a que en apariencia los cronistas elaboran comentarios al respecto de este deporte deben mantener objetividad en su labor, son seres humanos que sienten y desenvuelven su temperamento al narrar u opinar sobre los encuentros.

Caso concreto y que sirve de ejemplo para lo antes dicho es el de José Ramón Fernández, quien en simple valoración no puede ser juzgado como un fanático pero parece que él está empeñado que así se le califique pues su ferviente interés por destrozarse la imagen del equipo América que es propiedad de Televisa es notorio.

El propio José Ramón Fernández lo reconoce al decir lo siguiente:

“Yo siempre busqué hacer las cosas para que nos vieran...cuando llegué a la televisión había un equipo de fútbol (El América) y 19 más. Yo busqué el equilibrio...”<sup>77</sup> Ese equilibrio queda evidenciado al atacar constantemente (diario en su programa de “Los protagonistas”), al América.

El excesivo entusiasmo en la audiencia está mediado por los medios de comunicación, los cuales agrandan en la afición esa ira, sobre todo por los equipos contrarios, que termina en ser el desborde de pasiones.

---

<sup>77</sup> FERNÁNDEZ, José Ramón. Citado por Mejía Barquera, Fernando, Op. cit. p. 196.

Muestra de ese interés exagerado, que también mostró José Ramón Fernández es lo que él manifestó que esperara el pueblo mexicano de la Selección Nacional en su desempeño futbolístico en Francia 98 y que quedó en contraposición al hacer este equipo una buena participación en esta Copa.



#### **4.4. PERSPECTIVAS DEL FÚTBOL EN LA TELEVISIÓN**

La relación del deporte –espectáculo– T.V. en México está expuesto al describir la trayectoria que lleva la transmisión del fútbol en nuestro país. Para poder comprender el futuro de este deporte en la televisión se debe tomar en cuenta la opinión del propio Director General de Deportes de Televisa, Alfredo Domínguez Muro, quien señala respecto a las transmisiones de fútbol y en general las deportivas en la era de la globalización en las telecomunicaciones, lo siguiente:

“En relación a ese punto yo veo tres elementos fundamentales de los cuales ninguno pesa más o menos que el otro: el deporte en sí, la comercialización y la televisión. Ninguno de los tres puede funcionar si no está equilibrado con los otros. Donde no existe comercialización ni televisión el deporte no progresa, queda prácticamente abandonado e ignorado. Ese es el punto: mucha comercialización, mucha televisión y mucho desarrollo en el deporte.”<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> DOMÍNGUEZ MURO, Alfredo. Citado por *Ibíd.*, p. 225



## CONCLUSIONES

Los medios de comunicación difunden —en distintas proporciones— información, educación y entretenimiento; como tales, estas organizaciones comunicativas tienden a explotar su función a favor de la línea de entretenimiento, pues es ésta la que sin duda deja mayores rendimientos a sus empresas.

En este sentido, el entretenimiento como función de los medios de comunicación, en particular de los electrónicos, se ha convertido en una mina de oro que sabiendo detectar cuales son las mejores emisiones de este tipo han hecho grandes emporios.

Sin duda una de las emisiones que dejan buenos rendimientos a los medios son las deportivas pues cuentan con un gran número de seguidores, lo que implica mayor tele o radio audiencia.

Sin embargo no todos los deportes trascienden en el campo del entretenimiento radial y televisivo. Existen algunos que ni siquiera son

vistos o escuchados por la sociedad masiva. Pero sí hay uno que puede dejar paralizado a un país entero: el fútbol.

Este deporte, practicado desde hace ya varios años en todo el mundo, ocupa un lugar privilegiado en los espacios de los medios de comunicación y esto se debe a que los propios medios lo han presentado como un espectáculo que sirve para que la sociedad se distraiga temporalmente de sus problemas cotidianos y de sus pesares.

A lo largo de este trabajo de investigación se ha podido observar lo que el fútbol es como deporte y como industria. Que ante todo es un factor que causa efectos en la sociedad.

En el primer capítulo se revisó la teoría funcionalista, en particular la de los efectos sociales, que nos permite conocer que y cómo es que generan estos tipos de efectos en la sociedad, dejando claro que este estudio pretende analizar de qué manera se comporta la sociedad ante tales mensajes difundidos por los medios. En este estudio de los efectos destaca el de los usos y gratificaciones del cual se puede decir que en este trabajo

es el de mayor aplicación de acuerdo con los encuestados, en la investigación de campo realizada.

Asimismo en este primer capítulo se pudo observar cómo se da la labor de los programas de deportes y en particular cómo es el trabajo de los comentaristas de televisión, lo cual permitió conocer hasta dónde llegan las funciones de este tipo de periodistas.

De este capítulo se puede dejar concluido que los medios de comunicación realizan una función de entretenimiento que llega al sistema social y que a la vez relaciona a ésta con el sistema deportivo a través de los comentaristas que difunden mensajes a la sociedad en torno a los deportes.

En el segundo capítulo se presentó lo que es el fútbol como deporte, haciendo hincapié en la selección nacional de fútbol de México, equipo futbolístico que ocupa un interés particular en este trabajo.

De este capítulo se puede concluir que el seleccionado nacional es una agrupación que representa al país ante las demás selecciones del mundo y,

desde 1997, esta selección ha trascendido las fronteras en sus participaciones preparatorias a los mundiales de fútbol.

Del mismo modo, esta selección con mayor número de seguidores nacionales ha sido objeto de diversas críticas por parte de los comentaristas de fútbol en los medios de comunicación, lo cual llama la atención sobre todo en la actualidad porque es a través de dos empresas televisivas (y de sus comentaristas deportivos) que ha surgido la polémica en torno al seleccionado mexicano.

Esto puede indicar la extensión de la competencia comercial entre ambas empresas, al ámbito de las transmisiones deportivas, las cuales gozan de una amplia recepción del público televidente. Como es sabido, en el negocio televisivo la cantidad de audiencia es proporcional a las utilidades económicas.

El tercer capítulo permite observar cuáles son los efectos causados en la audiencia gracias a los comentarios de quienes laboran en el programa televisivo "Los Protagonistas" en torno a la selección nacional en su etapa

de preparación para el mundial de fútbol realizado en Francia en el año de 1998, y que se realizó en el periodo de septiembre a diciembre de 1997.

Con este capítulo se ha podido corroborar que no se ha cumplido enteramente la hipótesis sustentada en este trabajo de investigación, la cual se presentó ya analizada en el último capítulo de esta tesis.

Dicha hipótesis se refiere a que el programa de "Los Protagonistas", provoca que la audiencia --compuesta de hombres y mujeres, de distintas edades, estratos sociales y ocupaciones--, en específico la aficionada a los deportes, se entretenga y olvide sus problemas y conflictos de la vida diaria. La empresa (TV Azteca) trata el tema del fútbol según sus propios intereses y genera distintas reacciones en la sociedad, que no llegan a ser totales.

El efecto que tiene el programa de "Los Protagonistas" en el público encuestado es parcial, pues las personas entrevistadas se consideran autónomas en sus opiniones. Esta situación queda sustentada con la teoría de los efectos, presentada en el primer capítulo de la presente investigación. Al respecto, es importante considerar la teoría de las

diferencias individuales, en que cada individuo percibe la información según la estructura de su personalidad. Además, conforme a la teoría de las relaciones sociales, no toda la información llega siempre a todos los miembros del auditorio, ya que hay una presentación selectiva.

Este trabajo permite concluir que la televisión, como medio de comunicación masiva, es un factor importante para que el fútbol como espectáculo e industria ingrese en la vida de la sociedad, ocasionando que surja la afición e incluso los fanáticos y que en estos dos personajes se generen efectos sociales que lleven a este deporte a ser un escape para la sociedad mexicana ante la problemática que ésta tiene y sobre todo ante sus pesares. De este modo el fútbol, como deporte y espectáculo, está fuertemente vinculado a los medios de comunicación.

La presente tesis aporta al campo de la comunicación un estudio acerca de la relación del fútbol con la televisión, pero sobre todo un análisis respecto a los efectos sociales que causa el mensaje de un programa de televisión respecto al representativo nacional de fútbol en la audiencia.

Esto ayudará a quienes deseen estudiar a los programas deportivos en su contenido analítico, para saber hasta donde permite la sociedad que estos mensajes influyan en su propia opinión.

Esta tesis deja abierta la puerta para el estudio de los efectos sociales a través de un ámbito que cada vez cobra más fuerza en la sociedad: el deportivo, en particular el del fútbol.

Quizás en este trabajo podría faltar la opinión de quienes emiten esos mensajes hacia la sociedad, por lo cual se invita a las nuevas generaciones de comunicólogos de esta Facultad a que continúen con este trabajo, que por falta de accesibilidad de quienes conducen "Los Protagonistas" no se pudo realizar en esta tesis, pero quien tenga acceso a este grupo de comentaristas bien podría lograr este objetivo fallido para quien investigó.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Baena, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Editores Mexicanos Unidos, México, 1990.
2. Basaguren, Juan Ignacio. Fútbol adentro: ¿podrá México ganar alguna vez?. Compañía editorial de exJesuitas, México, 1992.
3. Bulte, Luis. "Racismo, violencia y corrupción asaltan cada domingo a los estadios de fútbol, deporte de masa, caricatura social", en Revista Conocer, año 2, número 123.
4. Díaz V., Nora P. ¿Cómo hacer una Tesis?, 10ª edición, Ed. Grijalbo, México, 1980.
5. Enciclopedia Mundial del Fútbol: "el nacimiento del fútbol y las raíces del fútbol actual", T.I. Cromos, Colombia, 1986.



6. Fernández Christlieb, Fátima. Los Medios de Difusión en México. Ed. Juan Pablos, 8ª edición, México, 1990.
  
7. Garibay Mendoza, José Cruz. La Crónica y el Comentario de fútbol en Televisión (La Formación Manipulada de Públicos y de Opinión Pública), Tesis, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, 1996.
  
8. González Reyna, Susana. Géneros Periodísticos I. Periodismo de opinión y discurso. Ed. Trillas, México, 1991.
  
9. Gunther Luschen y Kurt Weis. Sociología del deporte. Colección KINE de educación y ciencia deportiva, Ed. Miñon, Valladolid, 1979.
  
10. Huerta, Héctor. Héroes de Consumo Popular. Ed. Ágata, México, 1992.
  
11. Laswell H. "Estructura y función de la comunicación en la sociedad"., en Moragas M. De (Ed). Sociología de la Comunicación de Masas, V. II. Gustavo Gili, Barcelona 1985.

12. Lever, Janet. La locura por el fútbol, Colección popular del Fondo de Cultura Económica, México, 1985.

13. Lazarsfeld y Merton. "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", en Moragas M., (Ed). Sociología de la Comunicación de Masas, V.II. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

14. Luna Hernández, Juan. El fútbol: el deporte espectacular, el espectáculo deportivo. Corporativo Mina, México, 1996.

15. Mejía Barquera, Fernando. "Piques... Amagues...Frenos de la crónica deportiva en México." Artículo publicado en *Revista Mexicana de Comunicación*. N° 26, México, Noviembre-Diciembre, 1992.

16. Mejía Barquera, Fernando. "Televisión y deporte", en Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana II, Ed. Espacio 99 y RMC, México, 1999.

17. Moragas Spá, Miguel de. Teorías de la Comunicación, 3ª edición, Ed. Gustavo Gili, México, 1985.

18. Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación, 2ª edición, Ed. Trillas, México, 1990.

19. Pierre Bourdieu. “¿Cómo se puede ser deportista?”, en Sociología y Cultura. Consejo Nacional para la Cultura y las ARTES, Ed. Grijalbo, México, 1990.

20. Prieto, Miguel G. “El fútbol: ganar la otra vida”, en la Revista del Consumidor, México, octubre 1993.

21. Rojas Soriano, Raúl. Guía para Realizar Investigaciones Sociales, 1ª edición, Ed. UNAM, México, 1997.

22. Wolf, Mauro. La Investigación de la Comunicación de Masas Crítica y Perspectivas, 1ª edición, Ed. Piados, México, 1987.

23. Wolf, Mauro. Los Efectos Sociales de los Media, 1ª edición, Ed. Paidós, México, 1994.