

Periodismo deportivo y fútbol. Una mirada desde la literatura académica

Rubén Arnaldo González Macías

RESUMEN

De acuerdo con la literatura académica, el periodismo deportivo es el que menos ha evolucionado de las diferentes áreas de especialización periodística, debido a su falta de rigor informativo y exceso de opinión. A pesar de ello, las secciones deportivas son las que mayores ganancias representan para los medios de comunicación. Asimismo, dentro de la gran diversidad de disciplinas deportivas existentes, el fútbol es el tema más recurrente en la prensa especializada. Por su parte, la investigación científica sobre este deporte y su cobertura periodística se ha centrado principalmente en su impacto social, cultural y hasta político; pero se ha descuidado el área concerniente al análisis de los contenidos periodísticos y su proceso de producción. Importa destacar que, independientemente del país de origen, entre los estudios sobre ambos temas existe una clara consistencia con respecto a los hallazgos y sus implicaciones.

Palabras clave: Periodismo deportivo, Fútbol, Literatura académica.

ABSTRACT

According to academic literature, sports journalism is the least evolved of the different areas of journalistic specialization. This is due to its lack of informative rigour and excessive opinion. Despite this situation, sports sections represent the most important source of revenues for media. However, soccer is the most recurrent topic for the specialised press, although there are plenty of other disciplines. On the other hand, scientific research on this sport has been mainly focused on its social, cultural and even political impact; but aspects such as the analysis of the journalistic contents and its process of production have been neglected. It is worth stressing

49

Fecha de recepción: 12 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2016

that, in spite of the country, diverse studies show consistent findings regarding both topics.

Keywords: Sports journalism, Soccer, Academic literature.

INTRODUCCIÓN

50

El deporte en general, y el fútbol en particular, son temas que despiertan altos niveles de atención, no sólo del ciudadano promedio, sino también del periodismo y –por ende– de la academia. En ese sentido, el objetivo de este artículo es presentar un recuento de la literatura académica sobre –por un lado– el periodismo deportivo y –por el otro– el balompié. Por lo tanto, la importancia de este trabajo radica en que ofrece una aproximación sistematizada de la manera en que ambos temas han sido estudiados en diferentes países, tanto de Europa como de América Latina, haciendo especial énfasis en México.

La investigación científica ha sido muy crítica con el periodismo deportivo, al que se le califica como “de juguete” (Rowe, 2007), y se le cuestiona la calidad de los contenidos que ofrece (por ejemplo Boyle, Dinan & Morrow, 2002; Hernández, 2003; Kelly, 2011). A pesar de lo anterior, también se destaca su aporte económico para los medios de comunicación; ya que las secciones deportivas son las que les generan mayores ganancias, especialmente en eventos como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de fútbol (Rowe, 1996; Pérez, 2009; Helal, 2014).

En el caso específico del fútbol, los estudios se han enfocado en dos aspectos: primeramente, en el impacto social, cultural, político y económico de esta disciplina (por ejemplo Alabarces, Tomlinson & Young, 2001; Boyle & Monteiro, 2005; Vincent *et al.*, 2010). En segundo lugar, en la producción de contenidos y las rutinas periodísticas de los reporteros de dicha fuente (por ejemplo Boyle, Dinan & Morrow, 2002; López, Guerrero & Haynes 2014; González, 2015). Cabe señalar que existe un evidente desequilibrio entre ambos tipos de investigaciones, puesto que las primeras son significativamente más frecuentes que las segundas.

A partir de lo anterior, el contenido del documento está estructurado de la siguiente forma: la primera sección incluye la revisión de la literatura con respecto al periodismo deportivo; la segunda explica la manera en la que el fútbol ha sido investigado; en seguida, se hace un breve recuento de la producción académica en México sobre este tema; y, finalmente, el texto cierra con unas breves reflexiones sobre lo que se ha hecho y lo que falta por hacer con respecto a estos temas.

EL PERIODISMO DEPORTIVO DESDE LA LITERATURA

51

En términos históricos, se considera al periodismo deportivo como el precursor del periodismo especializado (Rowe, 1996; Domínguez, 2009). Sin embargo, paradójicamente, es también el que menos ha evolucionado a través del tiempo (Domínguez, 2009). Y es que, desde sus orígenes, se ha caracterizado por una ausencia de rigor periodístico en su práctica cotidiana. Esta situación se empezó a hacer evidente cuando aquellos aspirantes a reporteros que no cumplían con los estándares mínimos de calidad, eran relegados a la sección de deportes, en la que había una menor exigencia para publicar (García, 2004).

Es por lo anterior que el periodista deportivo “se olvida con frecuencia de su responsabilidad profesional, apenas sirve a la información y cae en el entusiasmo fácil, en los juicios particulares y en la crítica sin fundamento” (Hernández, 2003, p. 16). Es decir, generalmente su trabajo está marcado por una incapacidad o, al menos, falta de interés por elaborar un mensaje que ofrezca una lectura significativa o racional de la información que se genera en su fuente (Boyle, Dinan & Morrow, 2002). Como resultado, en el mensaje periodístico deportivo se sobrevalora lo especulativo por encima del dato duro (Kelly, 2011).

Con este antecedente, no resulta tan extraordinario señalar que en no pocas veces se ha considerado la sección deportiva –junto a las de cultura y espectáculos, entre otras– como de “ornato” o de “juguete”; ya que, en lugar de temas “serios”, se enfoca en cuestiones lúdicas y hasta

frívolas (Rowe, 2007). Razón por la cual, aún no se ha podido dar una convergencia entre los cánones del periodismo de deportes con aquellos que rigen otras fuentes, como la política o la económica. En ese sentido, el continuo aumento de la importancia que el periodismo deportivo recibe en la prensa es sintomático de un declive de los estándares periodísticos (Boyle & Monteiro, 2005).

52

A pesar de esta imagen negativa más o menos generalizada en la literatura académica, lo cierto es que —en la práctica— la calidad de la cobertura deportiva pasa a un segundo plano en comparación con la dimensión económica (Boyle, Dinan & Morrow, 2002; Rowe, 1996 y 2007). Y es que, debido a que el deporte en general tiene literalmente una aceptación global, la prensa le otorga una atención especial (Whannel, 1985; Bishop & Jaworski, 2003); al grado de que las secciones deportivas se han convertido en una de las principales fuentes de financiamiento de la mayoría de los medios de comunicación, ya que éstas cuentan con los patrocinadores más importantes (Rowe, 1996; Pérez, 2009). Sin embargo, como resultado de un incesante proceso de internacionalización y comercialización, este fenómeno es particularmente evidente en el fútbol (Ramírez, 1986; López, Guerrero & Haynes, 2014; De Araujo, 2012; Helal, 2014); disciplina que se ha convertido en la más popular del mundo (Alabarces, Tomlinson & Young, 2001; Griggs & Gibbons, 2012).

Al inicio de esta sección se mencionó que el periodismo deportivo era considerado el primer tipo de periodismo especializado, pero —según Domínguez (2009)— también podría considerársele como el precursor del periodismo de espectáculos. Lo anterior precisamente por la naturaleza espectacular del deporte, que lo acerca claramente al ámbito del entretenimiento. De hecho, más allá de meros eventos deportivos, competencias como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de fútbol son también eventos mediáticos (Whannel, 1985; Medina, 1995; Rowe, 1996; De Araujo, 2012; Alonso & Ávalos, 2013). Al igual que programas como los “reality shows”, dichas competiciones comparten algunas de las siguientes características: se organizan con mucha antelación,

son ampliamente publicitados, mantienen la atención del público, interrumpen la programación habitual de los medios, y se estructuran bajo una narrativa en la que se destaca alguna figura heroica, entre otras (Alabarces, Tomlinson & Young, 2001). En ese sentido, ciertas disciplinas deportivas –en especial el fútbol– están plagadas de estrellas y celebridades (Boyle, Dinan & Morrow, 2002; Vincent *et al*, 2010); quienes además de atletas o entrenadores, son los rostros de marcas comerciales, “cantan” o “actúan”, y viven permanentemente perseguidos, tanto por los periodistas deportivos como por la llamada prensa “rosa” o “del corazón”.

Para finalizar esta sección, cabe destacar un acuerdo casi generalizado en la literatura revisada: el uso de un lenguaje bélico en la prensa deportiva (ver por ejemplo Hernández, 2003; García, 2004; Alcoba, 2005; Arango, 2005; Barrero, 2007; Domínguez, 2009). Como anteriormente se mencionó, deportes y espectáculos tienen varias características en común, por tanto, los reporteros que cubren la fuente deportiva buscan constantemente realzar la espectacularidad de los encuentros. De ahí que el argot del periodismo de fútbol haga uso de términos como “disparo”, “batalla”, “con el cuchillo entre los dientes”, “táctica”, “escudo” y un largo etcétera. Y es que, con la finalidad de lograr una identificación con el público, “el lenguaje belicista empleado en el fútbol, extraído del mundo militar y característico de la actividad periodística... ha alimentado la pasión de una afición próxima a la catarsis y al desenfreno en las tribunas” (Arango, 2005, p. 147).

53

EL ESTUDIO DEL FÚTBOL

Además de cuestionar su calidad, resaltar su impacto económico y sus vínculos con el mundo del espectáculo, la literatura académica sobre el periodismo deportivo –más específicamente sobre el fútbol– ha tomado principalmente dos caminos: el primero se ha interesado en la relación entre la cobertura de ciertas competiciones, como la Copa del

Mundo, y la identidad nacional (ver por ejemplo Alabarces, Tomlinson & Young, 2001; Boyle & Monteiro, 2005; Vincent *et al*, 2010). Por otro lado, a partir del estudio de los contenidos, el segundo enfoque ha buscado entender la producción de noticias deportivas y las rutinas de los reporteros de la fuente (ver por ejemplo Boyle, Dinan & Morrow, 2002; Rowe, 2007; López, Guerrero & Haynes, 2014).

Importa destacar que entre ambos enfoques hay un claro desequilibrio, porque mientras el primero es muy socorrido, el segundo es más bien limitado. Es decir, abundan las investigaciones que vinculan el contenido de las noticias deportivas con el reforzamiento de estereotipos y prejuicios de y hacia determinados países, pero hacen falta más estudios sobre la construcción de dicho contenido.

Por lo que respecta al primer conjunto de estudios, los enfocados en la noción de identidad nacional, el argumento central es explicar de qué manera se construye —a partir del contenido mediático— la idea de “nación” como un colectivo imaginario y homogéneo (Bishop & Jaworski, 2003; Griggs & Gibbons, 2012; Manero, 2013). Es decir, la prensa se convierte en el eslabón que conecta un partido de fútbol con los conceptos de país, cultura e identidad nacional (Vincent *et al*, 2010). En ese sentido, el evento deportivo trasciende lo que sucede en la cancha y se inserta en el proceso de generación de significados sociales y culturales (Alabarces, Tomlinson & Young, 2001).

Bajo estas circunstancias, y especialmente en competencias internacionales, cada selección nacional se asume como “el país” y, por ende, el desempeño de la primera se vincula directamente con el del segundo (Boyle & Monteiro, 2005). De tal suerte que, en la cancha, no únicamente se enfrentan dos equipos sino dos naciones y, más aún, dos formas de entender el mundo; las cuales están construidas a partir de mitos del pasado continuamente evocados por los medios de comunicación (Alabarces, Tomlinson & Young, 2001; López, Guerrero & Haynes, 2014). Llevada a los extremos, esta situación puede favorecer el surgimiento de “sectarismos”, generados cuando los contenidos mediáticos fallan al no contextualizar en términos históricos, sociales y

culturales la información; presentándola simplemente en forma de lugares comunes, caricaturizaciones y estereotipos (Kelly, 2011; Buffington, 2012).

La cobertura de torneos internacionales es pletórica de estereotipos, entre los que destaca la idea de “nosotros contra ellos”. Aquí algunos ejemplos: en Estados Unidos, el fútbol es percibido por los aficionados de otros deportes como algo “extranjero, femenino y adolescente” (Buffington, 2012, p. 144). La prensa española suele presentar el “clásico” entre el Real Madrid y Barcelona como “una batalla entre dos nacionalidades” (López, Guerrero & Haynes, 2014, p. 690). Finalmente, los medios de Inglaterra apelan a “la mentalidad isleña del ‘pequeño inglés’” (Vincent *et al*, 2010, p. 207) al promover “estereotipos de las virtudes ‘inglesas’ del trabajo duro privilegiadas por encima de los estereotipos ‘continentales’ de estilo y clase” (Griggs & Gibbons, 2012, p. 545).

55

En Latinoamérica, Alabarces (2004, pp. 48-49) señala que “el fútbol y el tango son espejos y máscaras al mismo tiempo, espejos donde los argentinos se ven a sí mismos y máscaras que son miradas por los otros”. Por su parte, en Chile, “un lugar habitualmente recorrido por la prensa se relaciona con distintos tipos de inferioridad que serían propios (constitutivos) del ser chileno, que van desde ciertos rasgos psicológicos hasta llegar a lo propiamente étnico” (Araya, Bravo & Corrales, 2000). Manero (2013, p. 5) argumenta que en Uruguay este deporte “ha sido utilizado en distintos momentos como un elemento propagandístico de soporte a figuras o regímenes políticos que buscan legitimar su poder, fenómeno especialmente visible en los regímenes totalitarios, aunque no es exclusivo de éstos”. Finalmente, en Brasil –la nación futbolera por antonomasia– se vincula la idea del *jogo bonito* con los valores, mentalidad e imagen del país (Goncalves, Santoro & Lisboa, 2004; Soares, Helal & Santoro, 2004; Helal & do Cabo, 2009; Helal, 2014).

Por otro lado, y como se mencionó anteriormente, en cuanto al enfoque relacionado con la construcción del mensaje noticioso deportivo, la literatura académica acusa de una evidente falta de trabajos que desmenuce el contenido de la prensa deportiva, no para vincularlo con

la noción de identidad nacional, sino para entender las rutinas periodísticas vigentes en dicha fuente. En ese sentido, importa destacar al menos cuatro trabajos en particular: primeramente, sin especificar un caso en particular, Medina (1995) hace un detallado análisis del lenguaje de los periodistas deportivos a la hora de narrar lo que acontece en los partidos. En segundo lugar, a través de un estudio de caso sobre la venta del equipo Celtic de Glasgow (Escocia), Boyle, Dinan & Morrow (2002) evaluaron la cobertura que recibió esta situación por parte de la prensa deportiva; la cual puso de manifiesto las carencias de los reporteros de la fuente para darle sentido a la información que se generó al respecto. En tercer lugar, Rowe (2007) analizó los resultados para Australia de la Encuesta Internacional de la Prensa Deportiva (International Sports Press Survey) del 2005; en la que se evidencia una serie de rutinas, como la dependencia de sólo ciertas fuentes de información, favorecer el comentario personal por encima del dato, y la monotonía de temas, entre otras. Finalmente, López, Guerrero & Haynes (2014) concluyeron que la cobertura antes, durante y después del “clásico” español fomentó la idea de conflicto entre los actores involucrados (jugadores y entrenadores, tanto actuales como anteriores).

EL CASO DE MÉXICO

En el caso particular de México, la literatura académica sobre el balompié presenta una tendencia similar. Es decir, hay una vasta obra que vincula esta disciplina con la cultura e identidad nacionales, pero no abundan los trabajos sobre periodismo deportivo como tal. En cuanto al primer grupo de textos, destacan los vínculos de equipos como América, Guadalajara, Necaxa y Santos Laguna con la identidad de las ciudades que los albergan (Varela 2009; Fábregas 2009; Zepeda 2009; Chong, Gavaldón & Aguilar 2009). En ese mismo sentido, Magazine, Martínez & Ramírez (2011) estudian el concepto de identidad regional a través de las porras de diferentes equipos del país. Con un enfoque

diferente, pero sin salirse del ámbito social, Fregoso (1993) presenta los resultados de una encuesta realizada en Guadalajara antes del Mundial de México 1986, en la que mide el nivel de conocimiento e interés de los tapatíos con respecto de dicho evento. Más recientemente, y con una clara postura feminista, Hernández (2014) compila una serie de textos en los que académicas y periodistas debaten en torno al fútbol.

Finalmente, en cuanto a la producción del discurso periodístico, se encuentran contadas publicaciones; entre las que destacan las siguientes: un breve reporte de un análisis de contenido realizado por Ramírez (1986), en el que describe la cobertura de este deporte en la prensa escrita de Guadalajara; cuya conclusión es que el fútbol es la disciplina que recibe mayor cobertura, pero el contenido periodístico es limitado, ya que se reduce únicamente a reportar los resultados y la calendarización de juegos. En años más recientes, pero sin ser investigaciones empíricas como tales, Pedraza (2014) y López (2014) cuestionan la falta de espacios mediáticos del balompié femenino y enfatizan que los periodistas masculinos —especialmente los narradores de televisión— fomentan la inequidad de género al equiparar constantemente el desempeño de las futbolistas con la de sus colegas hombres; lo que genera una representación simbólica misógina. Finalmente, González (2015) analiza la cobertura de la Selección Mexicana durante la Copa del Mundo Brasil 2014 y sus resultados indican que el lenguaje usado por los reporteros está lleno de calificativos, pero su uso depende directamente del resultado. Es decir, cuando el equipo ganó destacaron los adjetivos positivos, pero cuando fue eliminado los negativos se incrementaron significativamente.

57

REFLEXIONES FINALES

La vasta literatura académica sobre periodismo deportivo y fútbol pone de manifiesto la importancia de ambos temas para las ciencias sociales. La revisión básica de publicaciones científicas al respecto indica que los resultados reportados en diferentes países tienden a ser consistentes entre

sí. Es decir, existen coincidencias evidentes en cuanto a los hallazgos y sus implicaciones sociales, políticas, culturales, económicas y periodísticas.

Por lo que respecta al periodismo deportivo, existe una tendencia generalizada acerca de su limitado aporte periodístico; pues se le considera que su trabajo carece de rigor, debido la falta de investigación, limitado análisis de la información, y exceso de opiniones en lugar de datos. Sin embargo, independientemente de su calidad, las secciones deportivas se han convertido en la principal fuente de ingresos para los medios de comunicación. Esto es debido a que los principales patrocinadores buscan anunciarse en estos espacios.

58

En cuanto al fútbol y su cobertura periodística, los estudios se pueden englobar en dos grandes grupos: el primero busca, a través de las narraciones mediáticas, vincular al balompié con la identidad nacional de cada país o explicar su impacto social, cultural y político. Por su parte, el segundo grupo trata de explicar las rutinas periodísticas que determinan la producción de contenidos sobre fútbol. Cabe señalar que existe un claro desequilibrio entre ambos conjuntos, porque mientras el primero es muy socorrido, el segundo es menos frecuente.

Es precisamente por lo anterior que se sugiere una agenda de investigación enfocada al análisis de la producción de contenidos periodísticos deportivos. Es decir, sin descuidar los enfoques sociales, culturales y políticos, es importante revitalizar los estudios sobre la cobertura periodística deportiva. Aquí serían bienvenidos trabajos tanto cualitativos como cuantitativos (o ambos), comparativos (nacionales o internacionales) o estudios de caso, análisis diacrónicos o sincrónicos, por mencionar sólo algunos.

REFERENCIAS

- Alabarces, P. (2004). Entre la banalidad y la crítica: perspectivas de las Ciencias Sociales sobre el deporte en América Latina. *Memoria y Civilización*, 7, 39-77.

- Alabarces, P., Tomlinson, A. & Young, C. (2001). Argentina versus England at the France '98 World Cup: narratives of nation and the mythologizing of the popular. *Media, Culture & Society*, 23, 547-566.
- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. España: Síntesis.
- Alonso, G. & Ávalos, J. M. (2013). La investigación del fútbol y sus nexos con los estudios de comunicación. Aproximaciones y ejemplos. *Comunicación y Sociedad*, 20, 33-64.
- Arango, G. (2005). Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo. *Realidades Comunicativas*, 8 (2), 139-151.
- Araya, R., Bravo, L. & Corrales, O. (2000). Entre glorias y agonías: fútbol e identidad nacional en la prensa. *Comunicación y Medios*, 12.
- Barrero, J. (2007). El tratamiento de la violencia en el fútbol por la prensa deportiva. *Doxa Comunicación*, 5, 141-157.
- Bishop, H. & Jaworski, A. (2003). 'We beat 'em': nationalism and the hegemony of homogeneity in the British press reportage of Germany versus England during Euro 2000. *Discourse & Society*, 14 (3), 243-271.
- Boyle, R. & Monteiro, C. (2005). 'A small country with big ambition'. Representations of Portugal and England in Euro 2004 British and Portuguese newspaper coverage. *European Journal of Communication*, 20, 223-244.
- Boyle, R., Dinan, W. & Morrow, S. (2002). Doing the business? Newspaper reporting of the business of football. *Journalism*, 3 (2), 161-181.
- Buffington, D. T. (2012). Us and them: Ambivalence toward the World Cup and American nationalism. *Journal of Sport & Social Issues*, 36 (2), 135-154.
- Chong, B., Gavaldón, E. & Aguilar, G. (2009). Identidad regional y fútbol. Los aficionados al Santos Laguna. *Razón y Palabra*, 69.
- De Araujo, A. J. (2012). La previa como nuevo fenómeno mediático en la información deportiva: Evolución del derbi sevillano de fútbol" en *ABC* entre 1975 y 2010. *Ámbitos*, 21-A, 25-41.

- Domínguez, J. P. (2009). Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo. *Razón y Palabra*, 69.
- Fábregas, A. (2009). Lo sagrado del rebaño: El nacimiento de un símbolo. *Razón y Palabra*, 69.
- Fregoso, G. (1993). Entre el drama de la crisis y el circo futbolero. Aproximación a la opinión pública. *Comunicación y Sociedad*, 18, 207-222.
- García, J. (2004). La crónica deportiva. En Fernández, J. (coord.). *Periodismo especializado*, 453-478. España: Ariel.
- Goncalves, A. J., Santoro, M. A. & Lisboa, T (2004). O “futebol arte” e o “planejamento México” na copa de 70: as memórias de Lamartine Pereira da Costa. *Movimento*, 10 (3), 113-130.
- González, R. A. (2015). Del amor al odio: Rutinas y lenguaje usado en la cobertura de la Selección Mexicana en Brasil 2014. *Global Media Journal México*, 12 (23), 19-34.
- Griggs, G. & Gibbons, T. (2012). ‘Harry walks, Fabio runs’: A case study on the current relationship between English national identity, soccer and the English press. *International Review for the sociology of Sport*, 49 (5), 536-549.
- Helal, R. & do Cabo, A. (2009). De la magia a la merde. La mirada de la prensa argentina sobre la Selección Brasileña de futbol en el Mundial 2006. *Razón y Palabra*, 69.
- Helal, R. (2014). Fútbol, comunicación y nación: la trayectoria del campo académico en Brasil. *Lúdicamente*, 3 (6), 1-20.
- Hernández, E. (Comp.). (2014). *Las que aman el futbol y otras que no tanto*. México: Elementum
- Hernández, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. España: Cátedra.
- Kelly, J. (2011). ‘Sectarianism’ and Scottish football: Critical reflections on dominant discourse and press commentary. *International Review for the Sociology of Sport*, 46 (4), 418-435.
- López, G. (2014). Futbol profesional y medios en México: una mirada feminista. En Hernández, E. (Comp.). *Las que aman el futbol y otras que no tanto* (pp 192-208). México: Elementum.

- López, H., Guerrero, F. & Haynes, R. (2014). Manufacturing conflict narratives in Real Madrid versus Barcelona football matches. *International Review for the Sociology of Sport*, 49 (6), 688-706.
- Magazine, R., Martínez, S. & Ramírez, J. (2011). México y Ecuador: dos distintas formas de construir la nación desde el fútbol. *Convergencia*, 56, 181-213.
- Manero, C. D. (2013). Fútbol y dictadura en Uruguay: El mundialito desde Bourdieu y Elías. *Revista de ALESDE*, 3 (2), 4-14.
- Medina, F. (1995). Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, I (2), 69-106.
- Pedraza, C. (2014). Jugar como nena. En Hernández, E. (Comp.). *Las que aman el fútbol y otras que no tanto* (pp 56-64). México: Elementum.
- Pérez, I. (2009). El negocio del periodismo deportivo. *Razón y Palabra*, 69.
- Ramírez, J. C. (1986). El deporte en la prensa de Guadalajara: una exploración sospechosa. *Renglones*, 5, 15-17.
- Rowe, D. (1996). The global love-match: sport and television. *Media, Culture & Society*, 18, 565-582.
- Rowe, D. (2007). Sports journalism. Still the 'toy department' of the news media? *Journalism*, 8 (4), 385-405.
- Soares, A. J., Helal, R. & Santoro, M. A. (2004). Futebol, imprensa e memória. *Revista Fronteiras- Estudos Midiáticos*, VI (1), 61-78.
- Varela, S. (2009). La afición azulcrema y el poder de Televisa. Una aproximación etnográfica al Club de Fútbol América. *Razón y Palabra*, 69.
- Vincent, J. *et al* (2010). England expects: English newspapers' narratives about the English football team in the 2006 World Cup. *International Review for the Sociology of Sport*, 45 (2), 199-223.
- Whannel, G. (1985). Television spectacle and the internationalization of sport. *Journal of Communication Inquiry*, 9, 54-74.
- Zepeda, D. (2009). Aguascalientes y Necaxa. De la ciudad sin equipo al equipo sin ciudad. *Razón y Palabra*, 69.