

El periodismo deportivo en México: una visión crítica

Rolando Dromundo

98

Las deficiencias que se presentan en el periodismo deportivo mexicano de la actualidad pueden explicarse a partir de la historia y evolución del ejercicio periodístico en el país. Además de una serie de críticas estructurales, en este texto se presentan algunas propuestas y ejes de trabajo que pueden coadyuvar a que la situación mejore, tanto a nivel estructural como en lo que se encuentra al alcance de cada periodista deportivo.

PALABRAS CLAVE: sistema deportivo mexicano, profesionalización, deporte-espectáculo.

INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo en México ha sido hasta hoy un reflejo de la manera en que operan los medios de comunicación en el país. Por un lado se ha perdido en gran medida la capacidad crítica para observar los fenómenos deportivos, cediendo paso a los intereses comerciales y políticos de los medios que a su vez son juez y parte en el mundo del deporte.

Esto ha traído como consecuencia, por una parte, que los deportes con un mayor índice de comercialización sean los que reciban una mayor cobertura noticiosa, sacrificando muchas veces a talentos de otras disciplinas que no reeditan de la misma manera, principalmente a las televisoras. De igual manera, Televisa y Televisión Azteca son propietarias de equipos de fútbol y han manejado durante varios años la Federación Mexicana

de Fútbol, lo que impide tener objetividad alguna a la cobertura hecha por el oligopolio que controla la televisión de señal abierta en el país.

La fragilidad de las federaciones y las fallas de estructura del sistema deportivo mexicano, han permitido que en los últimos 20 años, el capital haya permeado esferas del mundo deportivo que durante mucho tiempo le fueron ajenas. Ante esto, los profesionales del periodismo deportivo, han mostrado en la mayoría de los casos una enorme pasividad e incluso, han terminado subsumiéndose en la misma lógica.

Esto ha llevado a que muchas veces el interés comercial dictamine y controle al supuesto periodista, restándole cualquier oportunidad de discernir ante este fenómeno, que dicho sea de paso, podría estar ateniendo contra la lógica del mismo medio que representa.

La falta de regulación de los medios, sumado a la escasa preparación académica de la mayoría de las personas del gremio, sobre todo en el televisivo no hacen más que complicar más aún la posibilidad de tener un periodismo crítico que permita ayudar a analizar y entender la problemática del deporte en nuestro país.

LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL PERIODISMO DEPORTIVO

Cualquier análisis crítico del periodismo deportivo en México tiene que pasar por una evolución de la manera en que se han ido transformando los medios en este país. Se pueden diferenciar 3 distintas etapas. La primera, anterior a la llegada de la televisión. La segunda, a partir del arribo de ésta y la última, a partir de finales de los ochenta y principio de los noventa donde el cambio de modelo económico junto con los avances tecnológicos llevaron a una transformación de la forma de operar de los diferentes medios: prensa, radio, televisión y posteriormente Internet.

Antes de la llegada de la televisión, la cobertura de eventos deportivos se enfocaba meramente en lo anecdótico. La prensa escrita en este país, relatava muchas veces los eventos deportivos como parte de las actividades de una clase social. A final de cuentas, antes de la revolución, el acceso a la práctica deportiva quedaba casi siempre reducido a la oligarquía local

99

a través de los clubes deportivos, tratando de emular el modelo bajo el cual se organizaba la actividad física y el deporte en Europa.

Es por eso, que muchas veces los relatos de las actividades de las altas clases sociales se mezclaban con sucesos en diferentes clubes deportivos. De ahí, que se le diera cierto seguimiento al torneo de fútbol mexicano o a otras actividades. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que en todo este periodo, se trataba prevalentemente de deportistas amateurs.

Posteriormente a la revolución se fueron creando y consolidando las primeras instituciones deportivas en el país. Fue a raíz del continuo crecimiento del movimiento olímpico que se buscó incluir a este país entre aquellos que participaban. En 1924, solamente gracias a donativos de los diarios "El Universal" y el "Excelsior" se consiguió la suma para enviar a la delegación de catorce deportistas que fueron a los VII Juegos Olímpicos que se celebraron ese año en París.¹

La celebración de los primeros Juegos Centroamericanos y del Caribe en México en 1926 y el crecimiento de las ligas tanto de fútbol como de béisbol llevaron a una mayor cobertura de la actividad deportiva por parte de la prensa escrita. La liga mexicana de béisbol, la cual existe desde 1925 generó un gran interés de la población lo cual también fue una de las causas que llevaron a que los partidos de este deporte se transmitieran por la radio.

La llegada del deporte profesional, permitió también un mayor crecimiento de la cobertura deportiva. El hecho de que el deporte comenzara a ser redituable, no se reflejó en un mayor desarrollo deportivo en el país, ni en la consolidación de un modelo que permitiera masificar la práctica deportiva. Aún así, generó un mayor interés por parte de la población sobre todo en la medida que se fue convirtiendo en un espectáculo.

Sin embargo, el suceso que más transformó durante el siglo xx al deporte, no solo en México sino en el mundo, fue la llegada de la televisión. En Europa, la televisión surgió y se desarrolló en torno al modelo de televisión pública. Sin embargo, en México, el presidente Miguel Alemán

hizo caso omiso de quienes le sugerían crear un monopolio público² al estilo de la BBC. Prefirió apoyar a su amigo Romulo O'Farrill quien era empresario de periódicos y bienes raíces para que formara XHTV Canal 4 que empezó a transmitir el 1 de septiembre de 1950 cuando había solo 1300 aparatos de televisión en el país. El primer día de televisión de canal 4 tuvo una entrevista con el equipo nacional de natación. En un principio, se buscaba experimentar con los gustos del público. De esta forma, fueron apareciendo en pantalla, actividades como el box o frontón.³ La lucha libre⁴ también fue el ejemplo de una actividad que gracias a la televisión y al cine atrajo la atención de una gran parte de la población. Es interesante destacar cómo una actividad que no es estrictamente competitiva sino más bien un espectáculo, tuvo esa capacidad de retener tantos espectadores y ser encuadrado en la cobertura deportiva. A final de cuentas, ese es un primer ejemplo de cómo un medio antepone su lógica comercial y adapta coberturas deportivas a actividades que le sean más redituables. Los Juegos Centroamericanos y Panamericanos entraron también en el espectro de las primeras competencias televisadas.

La televisión permitió un crecimiento exponencial de los ingresos en los eventos deportivos en el mundo. Es curioso que, cuando se empezó a utilizar la televisión para transmitir Juegos Olímpicos, había quienes creían que esto iba a desalentar las entradas en el estadio. Sin embargo, muchos deportes se adaptaron a la televisión de tal manera que generaron un público cautivo mucho mayor al que existía previamente. El

² En aquel entonces, el escritor mexicano, Salvador Novo, decía: "El monopolio puede prescindir del apremio que aflige la radio y la televisión comercial por muchas razones: porque sabe que lo que ofrece en música, en drama o en conocimiento científico o artístico no pasa de moda y porque no sufre el acicate de un patrocinador interesado en salir de su mercancía. *Proceso*, número 339, 2 de marzo de 1983, página 49.

³ Dromundo Rolando, *La televisión y su relación con el subdesarrollo deportivo en México*, Tesis para obtener el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPYS, UNAM, 2002.

⁴ Si bien, la lucha libre tal como la conocemos en México, no tendría que ser considerada un deporte, debido a que no tiene los elementos de competitividad propios de la práctica deportiva, si fue un espectáculo que trascendió a través de varios años dentro de la cobertura hecha por el periodismo deportivo.

¹ *Hemeroteca El Universal*, Tomo I. Pág. 182, Edit. Grolier, México, 1987

deporte que quizás tuvo más crecimiento a partir de la televisión fue el fútbol americano, el cual es una actividad que permite perfectamente la adecuación de espacios publicitarios, pausas periódicas y jugadas violentas y espectaculares que pueden tener cautivo al público y cambiar el desenlace en cualquier momento.

Aún así, fueron muchas las disciplinas deportivas que aumentaron sus espectadores a raíz de la cobertura televisiva. En México, el fútbol fue el que más creció, sin embargo también una notable audiencia al fútbol americano permitió que este deporte se haya transmitido durante tantos años, siendo el único país de América Latina donde hasta la fecha se transmite por televisión abierta.

102

El deporte de alto rendimiento continuó su desarrollo. Sin embargo, a largo plazo, el poder de la imagen transformó completamente la manera en que se desarrollaba el periodismo deportivo en México. El deporte espectáculo se impuso sobre cualquier otra variante. El amateurismo fue desapareciendo poco a poco, mientras que la cobertura deportiva de los diferentes medios iba enfocada principalmente al profesionalismo.

En 1959 Televisa adquirió al Club América y desde entonces se involucraron plenamente en el fútbol mexicano. Desde la década del sesenta, con el patrocinio de la Cervecería Moctezuma en un inicio, este fue el club que recibió más cobertura televisiva durante las siguientes dos décadas. A esto se suma la figura de Guillermo Cañedo, quien además de presidente del club, se convirtió en presidente de la Federación Mexicana de Fútbol y fue pieza clave para conseguir la sede del mundial en 1970.⁵

En los años sucesivos, Televisa siguió controlando el balompié⁶. Aún así, durante la década del setenta, con el surgimiento de Canal 13 y posteriormente su transformación a grupo Imevisión, se tuvo la oportunidad de desarrollar una televisión pública que funcionara como contrapeso

⁵ <http://es.wikipedia.org>

⁶ El único período en el cual, la federación ha sido controlada por alguien ajena a la televisora fue de 1990 a 1992 a raíz del escándalo de los cachirules.

al monopolio de la televisión privada. Y de hecho, se intentó tener un periodismo crítico al menos hacia el monopolio televisivo que existía en el fútbol. Es digno de destacar, que fue precisamente, este periodismo alterno que hizo por primera vez tambalearse el control de Televisa. En 1988, el periodista Antonio Moreno precisamente de Imevisión y autor de una columna de fútbol en el diario *Ovaciones*, descubrió en un anuario publicado por la FEMEXFUT, una discrepancia entre las edades publicadas de los jugadores de la selección juvenil y de la que se presentó en las eliminatorias. Esto significó posteriormente la descalificación de México del mundial juvenil, los Juegos Olímpicos en esta disciplina y el mundial de fútbol de Italia 1990.

Aún así, la llegada de la televisión no fue el último cambio trascendente que sufrió la organización deportiva en el mundo. La llegada de la globalización, comprendida como una estrategia política para salir de la crisis al estado de bienestar⁷ trajo nuevas transformaciones al esquema de organización de los medios de difusión y del deporte en general.

La reestructuración que sufrió el capital durante la década de los ochenta, llevó a una expansión a esferas en las que nunca habían participado anteriormente. Por un lado, en el esquema de medios, esto significó privatizaciones de canales públicos de televisión, que en el caso de México significó la venta de Imevisión con los canales 7 y 13 en un proceso que dejó muchas dudas sobre su transparencia.

De esta forma, los canales que habían mantenido hasta cierto punto una visión crítica sobre la manera en que se organizaba el fútbol dejaron de serlo. Televisión Azteca, prefirió entrar a competir y negociar con el emporio de Televisa además de entrar a la lógica de adquirir equipos de fútbol.

Por otro lado, significó toda una reestructuración de la organización deportiva a nivel mundial y con su reflejo en México. Nuevas formas de patrocinio, cambios de reglas, mayores formas de comercialización

103

⁷ Hirsch Joachim, *Globalización, Capital y Estado*, UAM-xochimilco, 1996, México, D.F.

además de nuevas tecnologías trajeron como consecuencia nuevas formas de ejercer el periodismo deportivo.

La expansión de los sistemas de cable en el país trajo también la llegada de nuevos canales deportivos enfocados para América Latina. Sin embargo, dichos canales copiaban por lo general el modelo estadounidense, buscando adaptar programaciones que incluían por una parte una programación basada en cubrir a las ligas deportivas estadounidenses pero agregando una fuerte carga futbolera.

Todo esto, sumado a nuevos canales, programas y páginas de Internet, diversificaron la oferta mas no los contenidos. De hecho, la cobertura en la última década se ha centrado cada vez más en el fútbol reduciendo incluso el tiempo o espacio que se dedicaba a otros deportes profesionales.

HACIA UNA CRÍTICA DEL PERIODISMO DEPORTIVO EN MÉXICO

Sin lugar a dudas, uno de los grandes problemas que aquejan al deporte, es la manera en que los intereses comerciales se adentraron a todos los niveles de las estructuras deportivas y de la lógica del deporte mismo. La transformación de las ligas profesionales, la desaparición del amateurismo de la carta olímpica o la transformación de los clubes deportivos son sólo una muestra.

Y es que el deporte espectáculo se impuso sobre el resto de las modalidades de éste. El deporte se concebía como una actividad ajena al mercado y al ámbito de lucro. Sin embargo, la creciente espectacularidad de algunos deportes, su íntima dependencia con intereses comerciales y publicitarios, la costosa construcción o remodelación de las instalaciones deportivas, los cada vez más caros fichajes de jugadores excepcionales llevaron a una transformación tanto de la figura del club como de las federaciones tanto nacionales como internacionales en todos los deportes.

Ante esto, el espectáculo se impuso sobre la competencia en si. "Este proceso hipertrofiado en las sociedades de masa, consiste en convertir a un ídolo que ha triunfado en un dominio del espectáculo, en un modelo, un ídolo, un objeto predilecto de los movimientos de identificación o de

proyección. Así (...) se vuelven personalidades fuera de serie, semidioses a los que se pregunta su opinión sobre el mundo, la política, la moral. La gente se interesa por su vida privada, se los presea en su vida familiar o bien se narran cómplicemente sus aventuras amorosas (...) El héroe deportivo sigue la suerte de todas las vedettes, (...) Incluso puede imponerse más que otras vedettes a la adoración popular porque su prestigio se dirige a la parte más ingenua de la población".⁸

Ante esto, los medios y los periodistas que en ellos trabajan fueron partícipes de esta transformación. Incluso la fomentaron en aras de tener una mayor audiencia que reporte un beneficio económico para el medio del que formaban parte.

Todo esto mientras el juego, elemento sustancial a partir del cual surge y se desarrolla el deporte, parece a veces perderse cuando los jugadores se convierten en dependientes de grupos externos como pueden ser las televisiones o los patrocinadores.

Además, los clubes, ya transformados en empresas deportivas van a depender en gran manera de los medios para darle realce a sus patrocinadores de quienes dependen. Este círculo de dependencia es la punta de intervención que permite a la televisión intervenir sobre la organización de un evento deportivo. Numerosos ejemplos podemos encontrar de cómo las empresas televisoras exigen y hacen a los órganos deportivos cambiar decisiones ya tomadas.⁹

La mayor comercialización del deporte no significó sólo cambios en la organización de las federaciones e instituciones deportivas sino también cambios de reglas en diferentes disciplinas¹⁰. A final de cuentas, todo

⁸ Cazeneuve Jean, *La sociedad de la ubicuidad*, Barcelona, Edit. Gustavo Gil.

⁹ Un ejemplo claro, es la repentina exclusión de clubes mexicanos de la pasada edición de la Copa Libertadores a raíz de la epidemia de influenza H1N1 en México. Al retirarse de toda competición de CONMEBOL los clubes mexicanos, FOX Sports y los patrocinadores del evento prácticamente obligaron a la federación sudamericana a recriticar para no ver afectados los patrocinios y derechos televisivos ya pactados.

¹⁰ En el Tenis de Mesa, la pelota se amplió de tamaño en más de un 30 % para que fuera más visible y los sets se hicieron más cortos. En el voleibol se simplificó el sistema de puntuación y en el fútbol se prohibió que el portero tocara el balón cuando lo enviaba

queda sometido al espectáculo que ve al deporte como una mercancía sometida a la lógica del capital.

Las empresas televisoras, al ser dueñas y participes del negocio, obviamente no pueden ejercer una cobertura imparcial con respecto a la cobertura deportiva. Mucho menos ser críticos ante este fenómeno.¹¹ En este sentido, Manuel García Ferrando comenta lo siguiente:

Los cambios producidos también han afectado a las pautas de interdependencia existentes en relación a la propiedad y el control del deporte. La comercialización ha atraído a personas y firmas comerciales interesadas todas ellas en ejercer diferentes grados de control sobre el deporte.¹²

106

Ante esta problemática del deporte y sobre la cual callan la mayoría de los medios, se suma que en el caso mexicano hay una dinámica bastante particular. Y el periodismo deportivo fue también consecuencia de la manera en que han operado los medios en este país.

En México, no hubo una televisión pública fuerte, con visión social que mostrara alternativas en la cobertura periodística tal como sucedió en Europa. A esto se suma, un fuerte control del régimen durante muchos años a la actividad informativa, daba pocas oportunidades de ejercer una opinión crítica hacia la realidad social. De esta forma, el periodismo ejerció una actitud pasiva y sumisa hacia muchos sectores del deporte. Por eso, no es extraño, encontrar personas como Mario Vázquez Raña, propietario de decenas de periódicos y estaciones de radio en el país y a su vez fungir durante más de 20 años como presidente del Comité Olímpico

un defensa. Estos son algunos de los cambios que se dieron a peticiones de las empresas televisoras o en aras del espectáculo.

¹¹ Numerosos ejemplos podemos encontrar de cómo las empresas televisoras exigen y hacen a los órganos deportivos cambiar decisiones ya tomadas. Los clubes de fútbol San Luis y Morelia son sólo dos ejemplos de clubes, por un lado, que pertenecen a empresas televisoras pero que además han sido subsidiados con fuertes sumas por parte de los gobiernos estatales. En este sentido, siempre ha pesado la amenaza, que de no existir apoyo estatal al club, éste se mudaría a otra sede.

¹² García Ferrando Manuel, Aspectos sociales del deporte, Una reflexión sociológica. Alianza Editorial. Consejo Superior de Deportes. España. 1990.

pico Mexicano.¹³ Así pues, una persona ligada al poder de las estructuras deportivas en el mundo, no podrá ser por tanto jamás cuestionado por medios que le pertenecen.

Por si fuera poco, tenemos una compleja estructura deportiva en el país en la cual se reparten responsabilidades, la CONADE, CODEME, COM, federaciones deportivas nacionales, federaciones deportivas estatales, la SEP, los gobiernos de los estados y las universidades. Todo esto genera un esquema bastante complejo de funcionamiento. Por un lado, para el deportista para pedir apoyos o buscar responsables de que no lleguen y por el otro lado, para el periodista en entender este proceso y buscar hacia dónde dirigir sus cuestionamientos y por último, para el público en entender este fenómeno. Pareciera ser como si un ente abstracto fuera la causa de los problemas en el deporte. Así pues, la CONADE culpa a las federaciones por no rendir cuentas, éstas a la CONADE por no apoyarlas, el COM a la CONADE por entrometerse. Los estados piden recursos a la CONADE y las asociaciones a los estados. Y bueno, si a esto sumamos a las cadenas televisoras, patrocinadores y otras instancias, veremos primero que hay un marco legal bastante "flexible" que no define competencias claramente ni obliga a rendir cuentas a aquellos que reciben fondos públicos.

Además, la cobertura periodística tiende a explicar a partir de la imagen. Sin embargo, tal como diría Sartori, la imagen no explica.¹⁴

El deporte, como reflejo de la sociedad y del sistema de relaciones sociales al que pertenece va a tener también una serie de actos "desviados" contrarios a su lógica de competitividad o del llamado "Fair Play". Sin embargo, lo que llama la atención de la cobertura periodística es cómo precisamente estos hechos son más publicitados que el resultado mismo. Es así, que siempre será más noticia, la rudeza de una falta, una batalla campal al final del partido, los hechos violentos en la tribuna, el consumo de drogas o de esteroides, los insultos entre jugadores o el morbo de la

107

¹³ A esto se sumarían sus cargos al frente de la Organización Deportiva Panamericana, presidente de la Asociación de Comités Olímpicos Internacionales y como miembro del Comité Olímpico Internacional entre otros.

¹⁴ Sartori Giovanni, Homo Videns, Edit. Taurus, México, 1999.

vida pública de algún deportista. De esta forma, importa más la imagen sobre la explicación, lo banal sobre el trasfondo, lo espectacular sobre el resultado.

Todo esto, mientras el deportista recibe una importante compensación en términos materiales y simbólicos, muy superiores a lo que su rendimiento puede valer y significar.

La pregunta que cabría hacerse ante una situación tal en la que por ahora no parecen conocerse los límites económicos de los fichajes, de los contratos publicitarios, de los derechos de retransmisión, y de las deudas contraídas, es si no hay una forma de detener tal conducta irracional del gran deporte y de todos sus protagonistas.¹⁵

108

Sin embargo, parece haber un límite, ya que es normal hablar del monto de un traspaso de un jugador o cuanto ganó un tenista en el circuito ATP pero nunca vamos a ver que Televisa diga cuanto tuvo de ingresos por el deporte o que se hagan públicos los contratos con muchos de los clubes. Las empresas no rinden cuentas, al igual que las federaciones. Y es que éstas, supuestamente amparadas por el discurso de autonomía de las instituciones deportivas propio del olimpismo, están acostumbradas a no rendir cuentas con el gasto de los recursos públicos.

La falsedad de los principios olímpicos, entre los que se encuentra la independencia política¹⁶ no es más que la muestra de un ideal que está fuera de realidad. El deporte, si bien, puede llegar a tener una finalidad de promotor de la paz y ajeno a la política, desde su inicio nunca funcionó de esta manera.

¹⁵ García Ferrando Manuel, Aspectos sociales del deporte, Una reflexión sociológica. Alianza Editorial. Consejo Superior de Deportes. España. 1990.

¹⁶ El otro de ellos era el amateurismo, el cual fue un pilar durante muchos años del discurso olímpico, sin embargo la realidad hizo imposible negar el hecho que en la actualidad todos los atletas que se dedican a un deporte reciben algún tipo de apoyo o remuneración para poder dedicarse plenamente a esta actividad. A esto se suman además todos los ingresos que tienen por patrocinios. Todo esto, hizo obsoleto el enfrentamiento entre amateurismo y profesionalismo.

La ideología olímpica de mantener unos juegos alejados de los intereses comerciales no tiene nada que ver con las últimas ediciones de estos. La publicidad de productos comerciales, el patrocinio de los deportistas que actúan como auténticos agentes de las empresas que representan, los contratos comerciales que realizan las federaciones nacionales e internacionales con las más variadas empresas, el crecimiento espectacular de la industria de equipamientos deportivos, hace más dependiente al movimiento olímpico de los intereses del capital.¹⁷ Y es que precisamente, al tener instituciones que no pertenecen al ámbito del estado, son presa más fácil de las grandes corporaciones.

A estas grandes omisiones, intencionales o no de la cobertura deportiva en lo general se suma también la escasa preparación de las personas que se dedican al periodismo deportivo. En México, menos de un 10 % de quienes están en el medio tienen título universitario. Así pues, una escasa preparación académica de los que ejercen, sumido a la lógica pasiva y poco crítica de la mayoría de los medios, hace también que muchas veces, en el gremio terminen siendo más anunciantes que periodistas.

Es triste ver a un colega más preocupado por los anuncios paulatinos durante una transmisión deportiva que por el desarrollo de la misma, o que simplemente está imposibilitado de criticar a determinada empresa por el hecho de que es patrocinadora del canal.

Muchos temas quedan sin cuestionarse en la cobertura cotidiana del deporte. La falta de seguridad social de los deportistas profesionales, la manera en que se les impide tener sindicatos u otro tipo de organizaciones como a cualquier trabajador. El uso político que se le da a muchos equipos profesionales sobre todo en provincia o el cada vez mayor número de deportistas naturalizados parecen ser también temas vedados del análisis deportivo por parte de muchos periodistas.

Toda esta problemática, hace una invitación a la reflexión pero también a la búsqueda de alternativas para transformar al periodismo deportivo como parte de un todo.

¹⁷ García Ferrando Manuel, Idem.

109

PROPUESTAS

Una renovación del periodismo deportivo requiere de numerosos frentes para su transformación. En este sentido, para tener un desarrollo de la actividad periodística con un criterio más balanceado, con miras a impulsar el deporte desde una finalidad social, de promoción de salud y la educación, es importante hacer una serie de cambios entre los que propongo lo siguiente.

1) *Marco legal:*

110 Es importante contar con un marco legal que acote el poder que tienen actualmente el oligopolio de la televisión privada en México y su intromisión en la vida pública en torno a sus intereses. En este sentido, la ley de medios que se discute actualmente en el senado argentino¹⁸ es un ejemplo de cómo regular a la televisión y a las empresas que lucran con la industria de la comunicación. Por igual podemos ver como en Venezuela¹⁹ o Ecuador se ha tratado de impulsar opciones con una finalidad más social para sustituir a los monopolios mediáticos en el terreno informativo.

2) *Diversidad en la difusión de deportes:*

En ese sentido, es básico, para una mejor cobertura periodística, salir de los esquemas tradicionales que llevan al fútbol a acaparar la casi totalidad de los espacios deportivos, dejando de lado a atletas de otras disciplinas que en muchas ocasiones suelen tener mejores resultados y situaciones dignas de ser comentadas que en el balompié. De esta forma, un equilibrio de la cobertura periodística, tendría también una función social

¹⁸ La ley de medios que fue ya aprobada por la cámara de diputados y espera su ratificación en el senado propone entre otras cosas que de los canales de televisión, solo un tercio podrán ser privados, un tercio del estado y un tercio pertenecientes a ONG's y diferentes organizaciones sociales no lucrativas. De esta forma, la lógica comercial no sería la dominante en la difusión de la información.

¹⁹ El experimento que ha sido TELESUR puede figurar precisamente entre un nuevo tipo de cobertura periodística con financiamiento público, de carácter multinacional y ajeno al ámbito de la comercialización, al menos hasta ahora.

y ayudaría a impulsar más aquellos deportes que desconocidos por el público pero que pueden llegar a tener potencial para su desarrollo.

A su vez, es importante no anteponer la difusión de ligas extranjeras por encima de las nacionales. Dar preferencia a ligas de otros países, quita la posibilidad de difundir a los talentos locales, que pudieran necesitar más apoyo para su mayor desarrollo deportivo, el cual solo es posible con la voluntad política de anteponer el desarrollo deportivo nacional al consumo del producto extranjero.

3) *Profesionalización de los periodistas deportivos:*

111 El hecho de que la mayoría de los profesionales del rubro tengan una escasa preparación académica, los hace más susceptibles de no tener una capacidad de análisis sobre los problemas del medio deportivo. A esto se suma, la gran cantidad de veces que se deforma el lenguaje, a veces por ignorancia o por chiste sin considerar que los medios televisivos sirven de modelo para muchas personas. Es por eso, que es imperante un mayor control profesional sobre quienes acceden a la labor periodística.

Por otro lado, esta situación tiene que ir con el hecho de separar completamente la sección comercial de la periodística como hacen solamente algunos periódicos en el país. Los periodistas deportivos no tienen que ser anunciantes. Este hecho les quita toda seriedad a sus comentarios y los hace parecer más como empleados de las marcas que publicitan, además de quitarles la capacidad de ser críticos ante este hecho.

4) *Una política deportiva de estado:*

En México, pocas veces el estado ha sido el que dicta las políticas deportivas del país. Normalmente son las federaciones donde se han tomado las decisiones, al margen de la opinión del gobierno en turno. Por eso, una política deportiva de estado implicaría también un mayor impulso a la cultura física en todos sus niveles, sin que esto implique que los medios privados tengan que apoyar ciegamente a las instituciones deportivas. Al contrario, el tener una visión crítica con conciencia social sería la mejor manera de llevar a ver al deporte como una actividad física con

repercusiones positivas para la salud y el desarrollo de la persona. Todo esto en un país que tiene la segunda población más obesa del mundo sólo superados por el vecino del norte.

CONCLUSIÓN

112 El deporte, con toda la complejidad que lleva una actividad multidisciplinaria de este tipo, tiene una múltiple fascinación. La capacidad de conjuntar juego, actividad física, competencia y llevar a las personas al máximo esfuerzo ha sido motivo de estudio de numerosas ciencias. A su vez, para los espectadores es también motivo de pasión y goce pero que puede convertirse en enajenación o medio para canalizar las emociones reprimidas en el terreno de lo cotidiano.

Ante esto, el periodista deportivo, debe comprender la complejidad de este fenómeno para poder transmitirlo. El deporte, antes que ser negocio, es ese microcosmos donde por un momento, se crea esa fantasía de igualdad entre los seres humanos, donde al margen de la competencia que implica sobrevivir en la cotidianeidad, los seres humanos pueden a través de una actividad derivada de lo lúdico, crear también vínculos sociales. Sin embargo, el deporte, como cualquier otra relación social, no está exenta de verse influenciada por el resto de procesos sociales, políticos y económicos que afectan al mundo. La labor del periodista deportivo queda entonces en no perder este proceso de vista.

BIBLIOGRAFÍA

- Cazeneuve Jean, *La sociedad de la ubicuidad*, Barcelona, Edit. Gustavo Gil.
García Ferrando Manuel, Aspectos sociales del deporte, Una reflexión sociológica. Alianza Editorial. Consejo Superior de Deportes. España. 1990.
Dromundo Rolando, *La televisión y su relación con el subdesarrollo deportivo en México*, Tesis para obtener el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPYS, UNAM, 2002.

FUENTES HEMEROGÁFICAS

- Hemeroteca El Universal*, Tomo I. Pág. 182, Edit. Grolier, México, 1987
Proceso, número 339, 2 de marzo de 1983, página 49.

Cuerpo, tiempo y transfiguración

Alberto Cabañas Osorio

El siguiente artículo tiene como premisa, hacer una radiografía del tiempo en el interior del cuerpo humano. Un análisis de formas diversas de tiempo y ritmo que habitan y estructuran al cuerpo como materia y acto creativo, pero también como acción y como transfiguración del cuerpo en formas creativas como el arte o el deporte, entre múltiples ejemplos que podríamos tomar. Estos procesos temporales los analizamos a manera de síntesis de elementos orgánicos, imaginarios, cósmicos y sintéticos. Con ello, el ensayo propone destacar la corporeidad como una estructura de tiempo y su articulación con lo imaginario como potencias creadoras; dinámicas de creación que aparecen en el ser como principio de cambio del cuerpo natural al figurado. De aquí el título del artículo.

PALABRAS CLAVE: cuerpo, tiempo, ritmo, transfiguración, cíclico.

113 **E**n este ensayo entendemos al cuerpo humano primeramente como un proceso de transfiguración bajo la premisa de tiempo. Lo analizaremos desde la percepción y organización de formas y estructuras temporales vinculadas a la existencia del ser y de lo corporal bajo un principio de movilidad que conforma figuras internas para devenir en cuerpo creativo. Una visión de lo corporal que, a la vez que propicia su expresión como vía de transformación del cuerpo materia al acto creativo, también nos permite ver lo corporal como una articulación y síntesis del cuerpo, principio orgánico del ritmo, la forma creativa y la transfiguración del cuerpo.