

ENSAYO SOBRE LA CUÁDRUPLE ESPECTACULARIDAD DEL PERIODISMO DEPORTIVO

Jaime Pablo Domínguez Pérez ¹

RESUMEN: Este texto nos muestra las afinidades importantes entre el periodismo cultural y el periodismo deportivo. Se trata pues de la reflexión de un periodismo que ha dejado la información en segundo término y que apuesta todo contenido al entretenimiento ¿Será la competencia en las audiencias las que hacen que la vocación de informar sobre el deporte sea hoy la que menos facilidades tiene para ser ejercida con libertad?, ¿Cuál es la propuesta ante la creación de nuevos deportes y nuevas competencias para que tratamiento no siga siendo el mismo? Las respuestas a estas preguntas quizá nos expliquen del porqué la preocupación por un espectáculo para el periodismo deportivo.

PALABRAS CLAVES (KEY WORDS): Prensa, Periodismo Deportivo, Espectáculo, Calidad, Ética.

Es cierto que el periodismo deportivo ha ganado en negocio, incrementando su difusión a la par de un mercado deportivo pujante (encontramos tantas noticias sobre deportes en un periódico como logotipos de cuentas patrocinadoras en el uniforme de un deportista), pero quizá no haya ganado en calidad de periodismo especializado, rebasado no por múltiples especialidades deportivas, sino por factores políticos, jurídicos y económicos que convierten al deporte en algo más que una competencia espectacular.²

Una buena paradoja entraña el periodismo deportivo: siendo la primera expresión acabada del periodismo especializado, constituye una de las modalidades periodísticas que menos han evolucionado al paso del tiempo. De acuerdo con el estudio de García Candau (2004: 453), el periodismo deportivo “nace aviso”, acaso con información limitada a “estrictas convocatorias y simples resultados”; habría que llegar a la última parte del siglo XIX –sostiene el autor- para que el deporte empezara “a tomar carta de naturaleza en las publicaciones”.

De todas formas resulta factible citar algunos precedentes decimonónicos del periodismo dedicado a deportes; Antonio Alcoba (2005: 39) ha presentado casos significativos: desde el *Journal des Haras* (revista deportiva francesa de 1828), hasta el *Sportman*, “el primer diario deportivo” (surgido en Inglaterra, en 1852). El mismo García Candau (2004: 461) refiere la fundación de la revista española *Los Deportes*, en 1899. Pero no fue en realidad sino hasta los comienzos del siglo XX, cuando el periodismo moderno de la escuela estadounidense³ había dejado atrás los modelos europeos del periódico político-ideológico, que se estableció como tal la elaboración de publicaciones periodísticas exclusivamente deportivas.⁴

La inclusión de cuestiones deportivas, básicamente de relatos sobre competencias, carreras o encuentros atléticos, llegó a refrescar de tal modo las páginas de los periódicos – acostumbradas a la predilección por asuntos políticos-, que lo que aparecía sólo bajo la forma de breves secciones “de color”⁵ pasó a transformarse en toda una publicación periódica cuyo tema rector fueran los deportes (y los toros, para ser exactos). Lejos de ser la excepción, México pudo haber sido incluso la cuna del periodismo deportivo especializado; basta pensar en autores como Musacchio (2003: 171) o Caloca (2003: 222), quienes coinciden al asegurar que *La Afición* –periódico mexicano creado en 1930- fue “el primer diario deportivo del mundo”.

Lo relevante es que, desde la “prensa de penique” (epítome de la información como negocio)⁶ hasta la fecha, muy pocos periódicos han decidido prescindir de una sección deportiva, por el contrario, constituyendo una de las secciones más populares,⁷ la de deportes tiende a merecerse el espacio de un suplemento diario, como si el periódico de información general requiriese para su buen funcionamiento de un periódico secundario abocado por completo a los acontecimientos deportivos.

Esta autonomía temprana del periodismo deportivo ha venido precisamente a conferirle el honor de reconocerse como el primer periodismo especializado, mucho antes de que la teoría de la información periodística postulara la superación histórica del periodismo de masas; algunos autores comprenden a la “especialización periodística” (Casasús, 1991; Berganza, 2005) bajo la idea de una fase que es cronológicamente posterior y técnicamente superior a lo que conocemos tradicionalmente como el periodismo de masas. Cabe añadir al menos lo que ocurrió en México cuando “nació el deporte organizado”, según el periodista deportivo Jorge Bermejo (en Caloca, 2003: 219), “el deporte se convirtió en la primera especialidad del periodismo”.⁸

Para explicar al periodismo deportivo en virtud de los parámetros mínimos que sigue toda especialización, lo más práctico será desmenuzar esa “universalidad limitada” que opera en la información periodística por estar necesariamente supeditada a una cierta “relación con el público”. Siguiendo esta lógica, Ángel Benito Jaén (2004: 121) identifica hasta seis posibilidades comunes de periodismo especializado: “por principios genéricos”, donde primen “intereses particulares o muy especializados”; en forma de “revistas que sirven a intereses

individuales pero generalmente difundidos”; “por un principio espacial”, como en el caso de una publicación concentrada en acontecimientos locales; “por especialización personal”, de acuerdo con el interés de grupos específicos; “por principios institucionales” o en carácter de “especialización ocasional”.

Cada una de estas alternativas tiene cabida en la especialización desde el contenido, y el periodismo deportivo, al igual que la información sobre campos temáticos concretos, siempre cumple cuando menos con uno de los criterios señalados. Por lo tanto, más que poner en duda la denominación de periodismo especializado cuando se tiene información deportiva, lo que hace falta es apreciar la calidad de especialización del periodismo deportivo frente a otras formas de periodismo especializado.

Aun cuando pueda objetarse que el gran precursor del periodismo especializado fue el periodismo cultural, dada la ineludible incursión de la literatura en la configuración de las primeras gacetas que divulgaban declaraciones políticas o historias cotidianas, ni los llamados “periódicos literarios” (que prestaban un lugar protagónico a la poesía, al ensayo literario y sobre todo a la narrativa) serían equiparables en términos de periodismo especializado a las publicaciones periódicas sobre deportes.

Limitarse a la presencia de revistas centradas en la creación y la crítica literaria significa tan poco para la práctica del periodismo cultural como la difícil distinción entre una obra literaria y un texto periodístico durante la etapa inicial de la profesión informativa;⁹ acaso la gran diferencia entre lo que parecía un periodismo especializado en cultura y el periodismo deportivo en sentido estricto sea la adopción de técnicas formales de información periodística. Así, ni la difusión de poesía, ni la notificación de estadísticas o resultados deportivos en las páginas de un periódico conformaron, sin más, ejemplos válidos de periodismo especializado.

En pocas palabras, puede sostenerse que el periodismo deportivo contribuyó a inaugurar el periodismo especializado una vez que los géneros periodísticos se aplicaron a enriquecer el simple relato de los hechos en el amplio mundo de los deportes. A raíz de una precaria profesionalización del periodismo deportivo, no sólo empezaron a ejercerse sub-especialidades informativas de acuerdo con cierta disciplina o actividad deportiva (periodismo de fútbol, atletismo, pugilismo...), se incorporaron además herramientas como la entrevista, el artículo, el reportaje o la columna. Comenzaba entonces la transición deseable del cronista

de deportes al periodista deportivo; en ese momento, como en la actualidad, pareció insuficiente la sola habilidad para contar lo que había ocurrido (u ocurría en el caso de la radio y la televisión) durante algún suceso deportivo.¹⁰

El periodismo deportivo se adelanta al periodismo cultural porque supera la acepción más extendida del periodismo especializado, aquella donde el único requisito es la separación de la información en ciertas “áreas de especialización”; Orive y Fagoaga (en Berganza, 2005: 107) han definido tres principalmente: “políticas”, “humanas” y “recreativas”, estas últimas, reuniendo de modo indistinto “deportes, arte, cine, teatro, espectáculos, cultura, toros, música, pasatiempos”.

Pero más allá de la especialización técnica, desde el siglo XIX se fue forjando un periodismo especializado en deportes -con la ventaja de un ámbito temático bien definido-, justo a la par de “secciones culturales” que, según Alberto Dallal (2003:154), “publicaban asimismo novelas por entregas, noticias insólitas, descripciones seudocientíficas de fenómenos naturales, cronologías, y daban a conocer otros textos que ‘amenizaban’ la lectura; por ejemplo, los relativos a inventos, descubrimientos y viajes”.

Lo anterior conduce a rescatar otra afinidad importante entre el periodismo cultural y el periodismo deportivo. Además de las aportaciones indudables para la construcción del periodismo moderno y la teoría de un periodismo especializado, el periodismo deportivo posee una característica que a veces resulta controversial: la comprensión de la información como entretenimiento. Aunque prevalezca el principio de que el periodismo también tiene por función entretener,¹¹ la tradición decimonónica del periodismo beligerante y político (preocupado por “serios acontecimientos” de interés público) llega hasta nuestros días enarbolando la legítima preocupación por un periodismo que ha dejado la información en segundo término y que apuesta todo contenido a lo atractivo, a lo que divierte, o a lo que signifique más ventas mediante recursos eminentemente publicitarios. Este desequilibrio entre lo informativo y lo entretenido, o incluso la conversión de cualquier información en mero objeto de entretenimiento, se ha manifestado en reclamos hacia fenómenos como el del llamado *infotainment*.¹²

Si el periodismo deportivo puede ser susceptible de menosprecio entre los profesionales de la información periodística,¹³ comúnmente se debe a su nivel de infoentretenimiento. Con el fin

de dignificar el trabajo del periodista deportivo, Sergio Levinsky (2002: 150) es uno de los que se han mostrado contrariados ante las acusaciones que suelen pesar sobre un ejercicio periodístico desbordado de entretenimiento, apenas concentrado en “aquel mundo mágico y ajeno a las tragedias habituales de la vida”, finalmente, denigrado como “ese ‘show’ diario de declaraciones absurdas y de réplicas en muchos casos idiotizantes y a la vez útiles para llenar espacios”.

No obstante, la exitosa posición en la que surge y se desarrolla el periodismo deportivo sugiere pensar en una relación no conflictiva, más bien natural, entre los ámbitos de la información y el entretenimiento. El periodismo deportivo concilia desde un inicio esferas cuya vinculación no habría de parecer problemática sino hasta bien entrado el siglo XX.¹⁴ De hecho, probablemente el periodismo deportivo nazca también como el primer periodismo de entretenimiento, con publicaciones dedicadas a tratar asuntos que son entretenidos por excelencia (juegos, competencias, hazañas deportivas), donde la información da cuenta de ciertos hechos y entretiene a su vez.

Hasta aquí conviene preguntarse nuevamente por los periódicos literarios y el papel que jugaron para efectos de entretenimiento durante el siglo XIX, pues, en sentido amplio, incluso las gacetillas que narraban sucesos de la vida cotidiana podrían haber representado buenas oportunidades de distracción o pasatiempo entre los lectores de la época. Se admite por consiguiente que la conjugación del periodismo y la literatura, con las novelas folletinescas como clarísima prueba, haya sido quizá un protoperiodismo de entretenimiento, carente aún de las técnicas de información y géneros periodísticos que identificarían a la ulterior comunicación de masas.

De prefigurar entonces una historia sobre el periodismo de entretenimiento, la acción conjunta de la literatura y el periodismo conformaría tal vez la primera etapa importante. Un segundo momento correspondería a la atracción del llamado periodismo gráfico, en el que las ilustraciones, las caricaturas políticas y las fotografías generaron nuevas y mayores motivaciones para hojear el periódico. Pero la etapa decisiva, de información entretenida como tal, supuso la aparición de un tema periodístico con actualidad inagotable, el de los deportes.

¿En qué reside la noticiabilidad¹⁵ del periodismo deportivo, su lugar inamovible entre las secciones informativas más populares, en última instancia, su facilidad para hacer un verdadero negocio de la información periodística? Tal parece que ni la inauguración del periodismo de entretenimiento, ni su gran contribución temática al contenido de los periódicos o noticiarios convencionales, son factores que respondan a cabalidad lo que ha hecho del periodismo deportivo una fórmula tan redituable.

Así como el periodismo deportivo no es el único tipo de periodismo de entretenimiento (el denominado periodismo de nota roja representa un buen caso), el mundo de los deportes, por vasto que sea, jamás alcanzaría a congregarse la diversidad de estímulos temáticos que ofrece hoy cualquier espacio noticioso. Pero, si bien es cierto que el periodismo deportivo suele atraer audiencias con intereses muy específicos (el resultado y los pormenores del partido de fútbol, las expectativas que tiene un boxeador de cara a su adversario...), puede afirmarse que su relevancia en términos de información periodística se extiende al valor universal de lo espectacular.

Decir que el deportivo es un periodismo que estriba en la explotación del espectáculo sería casi tanto como reiterar lo que se adujo sobre las cualidades de entretenimiento (muy pocas veces la espectacularidad no subyace en lo entretenido), sin embargo, cabe advertir aquí la importante peculiaridad: en el periodismo deportivo lo espectacular conlleva siempre una cuádruple apreciación.

Para empezar, el acontecimiento deportivo, como mero acontecimiento, envuelve ya un cierto espectáculo, la aparición de algo que llama la atención entre todo lo habitual. Considerando todo lo que puede ocurrir o existir en el universo -en el de los deportes, por ejemplo-, el que algo acontezca, el que surjan acontecimientos, siempre exigirá de por medio algo singular. Miquel Alsina (1993: 98-99) ha puesto énfasis en esta cuestión cuando sostiene que lo esencial del acontecimiento es la “variación del sistema”, caracterizada por presentar “un inicio y un final”, por la “obsolescencia o caducidad”, por la “imprevisión” y la “espectacularidad”.

Por otra parte, en su disertación sobre los atributos lúdicos de todo deporte, Antonio Alcoba (2005: 21) ha previsto al mismo tiempo ciertos incentivos de entretenimiento y la vinculación necesaria con lo espectacular: “el juego crea el ambiente propicio para ofrecer una actividad

que, al desarrollarse de forma voluntaria, permite evadirse de los problemas cotidianos y, a su vez, contemplada por quienes no la efectúan, genera un interés asimilado al que hoy provoca el espectáculo”.

El espectáculo significa en este caso el objeto mismo de la información periodística, puesto que incluso el deporte menos espectacular es de entrada un espectáculo, generalmente la ejecución pública de un acto que por sobresaliente se vuelve atractivo. No son fortuitas las comparaciones entre lo deportivo y lo circense, donde todo está sujeto a prueba, donde los profesionales del deporte, como “los artistas de los circos”, se someten al precepto “del más difícil todavía” (Alcoba, 2005: 92). Lo destacado está implícito en la exhibición de una proeza, en la hazaña de un individuo con habilidades descollantes. Los actores principales, los atletas o deportistas, son ante todo sujetos no comunes ni corrientes, personas que obtienen reconocimiento a razón de un gran esfuerzo o de un talento extraordinario.

Sin importar tanto que su mérito sea físico o mental, los protagonistas deportivos congregan multitudes a su alrededor para presenciar el infalible espectáculo de una lucha, sea ésta la lucha por superar un determinado desafío, la lucha requerida para llegar a una primera posición, o la continua lucha entre pares, en otras palabras, la representación de la competencia. Los deportes seguirán siendo espectaculares, dignos de atracción general (léase por tanto de valor noticioso), mientras persista la curiosidad natural por saber quién es el mejor,¹⁶ y para determinarlo, el último árbitro ha venido a ser el periodismo deportivo.

Dada esta decisión o selección informativa de los mejores, a expensas de la espectacularidad inherente al deporte, puede sostenerse que el periodismo deportivo no sólo fue el primer periodismo de entretenimiento, tal vez se convirtió igualmente en el primer periodismo de espectáculos. Tal aproximación a la información ocupada de espectáculos (el mundo del teatro, la música, el cine, la televisión...) va más allá del denominador común, pues antes de que las artes escénicas llenaran con sus actores las páginas del periódico, los diarios deportivos hacían de los deportistas auténticas celebridades. México constituye un buen ejemplo de cómo cualquier futbolista, boxeador o luchador, puede estar en pos de transformarse en estrella mediática, en un ídolo popular no nada más del deporte, muchas veces también del cine o la televisión.

Así, el periodismo deportivo aparece por igual como periodismo de espectáculos, pues una parte notoria de su información se dedica a cubrir diversos pormenores -no necesariamente deportivos- de la vida del deportista famoso. Y erigidos en luminarias del espectáculo deportivo, los atletas son ahora el motivo de atención primordial para una suerte de sub especialidad periodística, la del paparazzi deportivo¹⁷. En su máxima expresión, las “notas del corazón” germinan dentro de un periodismo deportivo que puede prestar más importancia a los escándalos amorosos de un piloto de carreras, que a su nivel de rendimiento cuando compete.¹⁸

Una cuarta perspectiva de lo espectacular se suma a estos rasgos de información entretenida: la construcción de la noticia deportiva. El periodismo deportivo es cuatro veces espectáculo porque, aparte del acontecimiento de facto espectacular (una competencia de atletas reconocidos, por ejemplo), necesita de ciertas técnicas para configurar el espectáculo noticioso, para lograr esa información que será la más atractiva entre las audiencias.

Otra competencia entonces, la que se da entre los distintos medios de información, jugará aquí un papel considerable. En busca de conformar exitosas empresas de entretenimiento informativo, el periodismo deportivo requiere de algo más que la oportunidad y precisión de sus datos, recurre al dramatismo, a la exaltación de lo inusual, al público mismo como concursante, en fin, echa mano de todo dispositivo de espectacularización.¹⁹ Al igual que en el cine o en el teatro, el del periodismo deportivo es un espectáculo planeado y muy bien estructurado.

Hay pocos casos tan ilustrativos como el de un encuentro futbolístico entre dos equipos tradicionalmente populares. Pese a la escasa novedad que pueda tener un enfrentamiento más en la trayectoria de ambas escuadras, aun si el partido tuviese lugar en un momento de por sí crucial (la final del campeonato, quizá), el periodismo deportivo procuraría espectacularizar los hechos mediante la remembranza emotiva de antecedentes históricos, la exageración de la oposición o de las diferencias entre sí, la recuperación de aspectos inusitados o aparentemente irrepetibles (“la primera vez”, “lo mejor que ha ocurrido”, “lo que nunca se ha visto”, “lo más grande”), la atribución de rasgos personales o individuales (“inteligencia contra fuerza”, “pasión contra razón”, “discípulo contra maestro”, “hermano contra hermano”), el empleo de términos belicistas (la batalla, los guerreros, las armas)²⁰, el testimonio de los involucrados (jugadores, entrenadores, directivos, seguidores), la selección reiterativa de los momentos y

escenas más impactantes, la invitación de comentaristas reconocidos (especialistas, jugadores legendarios, celebridades), la recreación humorística, la comercialización de productos alusivos (camisetas de los equipos, balones de fútbol, entradas especiales) y el llamado a la participación del público (encuestas, rifas, concursos).²¹

Semejante montaje periodístico y publicitario alrededor de los sucesos deportivos podría sintetizarse en la noción de una espectacularización del espectáculo, recurso constante -por no decir indispensable- en el trabajo noticioso del periodismo deportivo. El artículo de Manuel Alvar (en Paniagua, 2004: 242), *Deporte, cultura y lengua*, termina de aclarar en qué estriba la misión de un periodista deportivo: “crear un ambiente y luego narrar los acontecimientos” (la escenificación precede al suceso). Con todo, tanto el cuádruple espectáculo del periodismo deportivo, como sus cualidades precursoras de información periodística especializada en entretenimiento, son aspectos cuya consideración haría incomprendible la presencia de tan pocos cambios a lo largo del tiempo.

Puede argumentarse que en los contenidos, inclusive en la práctica, el periodismo deportivo ha sido una de las expresiones informativas más conservadoras. Su éxito comercial, probado desde el inicio, no parece haber respondido a nuevas estrategias. Uno de los ejemplos más contundentes sería la permanencia de la crónica como el género periodístico deportivo por antonomasia; admitir que “la primera crónica deportiva que se conserva” está en el canto XXIII de la *Ilíada*, es conferir al periodismo deportivo antecedentes tan antiguos como el de la “narrativa de fondo épico y dramático” (Paniagua, 2004: 243-244). Modelo de las posibilidades literarias en el periodismo deportivo, la crónica continúa siendo para muchos la principal demostración –si no la única- de lo que significa el ejercicio informativo aplicado a deportes.²²

Junto al espectáculo de cuarto grado que supone la información periodística deportiva, la preferencia generalizada por el empleo de la crónica es también un referente inequívoco de los móviles que acostumbra el llamado sensacionalismo. Rescatando lo postulado por Guillermo Sunkel (2002: 124), hasta el más mínimo síntoma de espectacularización permitiría asociar al periodismo deportivo con las modalidades sensacionalistas, en donde el objetivo no es otro que conseguir “un relato vívido capaz de impresionar emocionalmente”, a menudo utilizando “un estilo narrativo que mezcla lo testimonial con la técnica de la crónica”.²³

Aun con todas las innovaciones formales que podría facilitar el empleo de la literatura por parte del periodismo deportivo, la variedad de géneros periodísticos suele limitarse a narraciones de sucesos deportivos que no pocas veces son meros compendios de frases trilladas o instrumentos retóricos perfectamente conocidos.²⁴ En cualquier caso, la tendencia a esquematizar la información y la preponderancia de lo audiovisual han modificado también a la crónica misma, frecuentemente reduciéndola al simple comentario de lo acontecido.

De ahí que ahora el esfuerzo creativo de los cronistas deportivos más talentosos vaya cediendo lugar a la columna, segundo género periodístico básico, identificado muchas veces por la opinión de famosos que pueden ser expertos o no en asuntos deportivos. No obstante, tal como ocurría ya desde los albores del periodismo deportivo, trátase de crónicas, columnas o reportajes, toda iniciativa confluye en el objeto más importante: la información de los resultados.

La relevancia de los datos en el periodismo deportivo es tal, que cabría recordar su cercanía con otro célebre periodismo especializado, el periodismo económico, donde lo que al final importa es un conjunto de números e indicadores. Hasta el momento, la primera motivación que suscita el periodismo deportivo continúa estando en función de cifras y estadísticas, depende solamente de la respuesta que haya para dos preguntas elementales: ¿Cómo quedó? y ¿Qué probabilidades?²⁵

Lo anterior explica que, dada la creación de nuevos deportes y nuevas competencias, es decir, frente a nuevos acontecimientos, el tratamiento siga siendo el mismo; el ámbito del periodismo deportivo podrá agrandarse entonces con nuevos especialistas, pero difícilmente se ha podido desarrollar con nuevas técnicas. Por otro lado, poco importa que los formatos cambien (sea de periódico a revista, de radio a televisión, con implementación de infografías y reproducciones virtuales), pues los contenidos han variado escasamente de acuerdo con los intereses de las audiencias. En México, por ejemplo, el fútbol, el boxeo y la tauromaquia mantienen un lugar privilegiado en la agenda de periódicos y noticiarios desde que surgieron secciones informativas para el deporte.

La relación que existe entre los públicos y los contenidos deja ver otra constante en materia de periodismo deportivo: el predominio de audiencias masculinas. Pese a la creciente incursión de mujeres en la práctica de deportes otrora considerados masculinos, los hombres siguen

constituyendo el público mayoritario en casi todos los espectáculos deportivos, algo que se refleja con bastante fidelidad en las decisiones editoriales que toman los medios.

Igual que en las primeras publicaciones sobre el mundo del deporte, hoy el periodismo deportivo cultiva un entretenimiento ante todo masculino. En correspondencia con la baja población de mujeres que se especializan en periodismo deportivo, modelos en traje de baño, animadoras, edecanes, conductoras y mujeres deportistas que a menudo exhiben su belleza como única aptitud, ilustran en todo momento las páginas del periódico deportivo o los programas de televisión dedicados a deportes.

Cada una de estas observaciones conforma a su vez la prueba de que los cambios históricos en el entorno sociocultural del deporte no necesariamente han indicado modificaciones sustanciales o favorables para el periodismo deportivo. Es cierto que el periodismo deportivo ha ganado en negocio, incrementando su difusión a la par de un mercado deportivo pujante (encontramos tantas noticias sobre deportes en un periódico como logotipos de cuentas patrocinadoras en el uniforme de un deportista), pero quizá no haya ganado en calidad de periodismo especializado, rebasado no por múltiples especialidades deportivas, sino por factores políticos, jurídicos y económicos que convierten al deporte en algo más que una competencia espectacular.²⁶

Retomando la cuádruple valoración del espectáculo en el periodismo deportivo, se observa imposible circunscribir a un esfuerzo atlético el conjunto de intereses que está en juego alrededor de una determinada información deportiva; esto supone asuntos tan delicados para el reportero especialista como la corrupción al interior de las organizaciones que promueven el deporte, el manejo de recursos económicos en un espectáculo deportivo, los delitos en los que puede incurrir una figura deportiva, los beneficios comerciales y ventajas políticas que representa una celebridad del deporte, la censura de carácter económico por parte de empresas que aprovechan lo deportivo, el impacto publicitario en actores o acontecimientos deportivos, etcétera.²⁷

Levinsky (2002: 114) es bastante conciso cuando sugiere la “marcha hacia la diversificación de temas”: si se busca “informar acerca del deporte”, no quedará otro remedio que “conocer mucho de la actividad de tribunales, cierta dosis de finanzas, privatizaciones, policiales y la Bolsa”. Y en vista de “la cantidad de intereses”, también García Candau (2004: 478) se ha

aventurado a reconocer que “hay más presiones que nunca”, pues las circunstancias de una “competencia brutal por tiradas y audiencias” hacen que la vocación de informar sobre el deporte sea “hoy la que menos facilidades tiene para ser ejercida con libertad”.

Quizá eso explica que la del periodismo deportivo todavía resulte en buena medida la preocupación por un espectáculo a secas (estado insuperable de infoentretenimiento); lo que conduce, al mismo tiempo, a perpetuar la vieja tradición de minusvalía para con el periodismo de los expertos en deporte, incapaces generalmente de apreciar que el juego más complejo, entre todos los que atañen al periodismo deportivo, es el de su propia profesión.

Con miras a ser no nada más el primero, sino el mejor de los periodismos especializados, al periodismo deportivo le resta sopesar lo que hay de serio en el entretenimiento, verificar la operación de los aparatos que están detrás del espectáculo, procurar creatividad informativa antes que exageración consabida, y en concreto, asumir los compromisos de un ejercicio periodístico competente.

REFERENCIAS

Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Síntesis.

Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Benito, A. (2004). Fundamentos teóricos de la prensa especializada. En M. Casals (ed.) *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid: Fragua.

Berganza, M. R. (2005). *Periodismo especializado*. Madrid: EIU.

Caloca, E. (2003). *Recuento histórico del periodismo*. México: Instituto Politécnico Nacional.

Casasús, J. (1991). *Estilo y género periodístico*. Barcelona: Akal Comunicación.

Chillón, A. (1999). *Literatura y periodismo*. Barcelona: Aldea Global.

Dallal, A. (2003). *Lenguajes periodísticos*. México: UNAM.

García, J. (2004). La crónica deportiva. En J. Fernández del Moral (et. al.), *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.

Gomis, L. (2004). Para una teoría de la actualidad. En M. Casals (ed.) *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid: Fragua.

Levinsky, S. (2002). *El deporte de informar*. Buenos Aires: Paidós.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: Universidad Iberoamericana-Anthropos.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Norma.

Musacchio, H. (2003). *Historia gráfica del periodismo mexicano*. México: Gráfica, Creatividad y Diseño.

Paniagua, P. (2004). "El deporte y el enigma". En M. Casals (ed.) *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid: Fragua.

Ramonet, I. (2002). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona: Debate.

Rivadeneira, R. (1986). *Periodismo*. México: Trillas.

Sunkel, G. (2002). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Norma.

Verón, E. (1997). *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS

¹ Jaime Pablo Domínguez es periodista. Cursó la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Además de haber tomado en la misma UIA y en la UAM varios cursos sobre periodismo, industrias culturales y medios informativos, ha participado en diversos seminarios y encuentros académicos sobre comunicación y la labor del periodista. Desde el 2008 colabora en el programa de la DEFENSORÍA DEL TELEVIDENTE, en el CANAL 22. Su correo es: japadope@yahoo.com

² Levinsky (2002: 116) lamenta la falta de "miradas independientes" en un periodismo deportivo que está condicionado por "compromisos de distinto tipo"; la información sobre el espectáculo deportivo ve sus libertades disminuidas toda vez que intervienen monopolios, y con mucha frecuencia, a causa de "desconocimientos técnicos".

³ William Randolph Hearst, con su *New York Journal*, ponía probablemente la primera piedra al incorporar información de carreras de caballos en 1895; por otro lado, la primera noticia deportiva en primera plana tendría que esperar hasta 1926, cuando *The New York Times* cubriera el campeonato de boxeo disputado por Gene Tunney y Jack Dempsey (Alcoba, 2005: 39).

⁴ Este momento puede enmarcarse de acuerdo con lo que caracterizó el nacimiento del llamado periodismo de masas: "el periodo comprendido entre 1880 y 1930 vio la aparición y la consolidación de nuevos medios como el cine, el cartelismo o la radio; el surgimiento de la entonces bisoña prensa de masas en sus diferentes modalidades (prensa amarilla y prensa seria, magazines y revistas especializadas temáticamente)" (Chillón, 1999: 143).

⁵ El tema deportivo comenzó a representar una de las manifestaciones más claras del "estilo narrativo" en el periodismo, identificado porque "apela a las anécdotas, secuencias laterales, descripciones y notas de color" (Martini, 2000: 111).

⁶ Jürgen Habermas (en Chillón, 1999: 187) señala que el origen de la prensa sensacionalista se rastrea en la "penny press" y los "sunday papers", cuando "la prensa configuró progresivamente técnicas expresivas gráficas y textuales, géneros y repertorios temáticos aptos para penetrar en el nuevo mercado de masas".

⁷ Estudiosos del periodismo deportivo -Antonio Alcoba (2005: 38) entre otros- adoptan la convención de entender a los deportes como objeto de "la comunicación periodística que mayor audiencia consigue". Por ello es razonable que Lorenzo Gomis (2004: 357), para evidenciar que el público decide lo que aparece en la prensa, subraye la prioridad de "lo interesante" y apele al protagonismo que tienen "los deportes y los crímenes" en los medios.

⁸ De acuerdo con Caloca (2003:221), la delegación nacional enviada a los juegos olímpicos de 1924 marcó el parteaguas para la organización del deporte en México.

⁹ Varios autores, como Ford y Longo (en Verón, 1997: 133), siguen advirtiendo en la actualidad el problema que supone la distinción adecuada entre “el contrato de lectura literario o anecdótico (ficcional o no)” y “el contrato de lectura documental o informacional”.

¹⁰ En este mismo sentido, Sergio Levinsky (2002: 114) ha propuesto indagar sobre las características de los que sólo son “periodistas que se especializan en deportes” y lo que se requiere para hablar de verdaderos “periodistas deportivos”.

¹¹ Rivadeneira (1986: 41) afirma que el entretenimiento es un “elemento informativo”, un integrante del conjunto de “inputs” del periodismo, “elementos sin los cuales no es viable su existencia”. Niklas Luhmann (2000: 95), por su parte, establece tres “columnas” o “campos programáticos” en el periodismo: las noticias/reportajes, la publicidad y el entretenimiento.

¹² Siguiendo la concepción de Ford (en Martini, 2000: 20), el “infotainment” o infoentretenimiento denota la discrepancia entre valores informativos y valores entretenidos cuando se presenta “un cóctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y de narración”.

¹³ En su análisis del periodismo deportivo, García Candau (2004) pone de manifiesto “los sentimientos de minusvaloración hacia el trabajo de quienes se ocupan de la información deportiva”. Sin alcanzar a formar parte de “las páginas más serias del periódico”, la sección de deportes ha significado muchas veces “el rincón en el que los errores tenían mayor disculpa”.

¹⁴ Tendrá que llegar la Escuela de Frankfurt y su desarrollo teórico sobre las industrias culturales, antes de contar con una crítica sólida al entretenimiento como mecanismo de manipulación en los medios de masas.

¹⁵ Stella Martini (2000: 33) acuña el concepto de “noticiabilidad” para designar el potencial noticioso de un determinado suceso u objeto; en este sentido, lo noticiable alude a “la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento”.

¹⁶ Una sola pregunta conjuga los dos estímulos espectaculares-noticiosos que no pueden faltar en el periodismo deportivo: “¿Podría el deporte atraer a miles de millones de personas si no fuera porque hay jugadores que sorprenden por sus habilidades o bien por la incertidumbre del resultado?” (Alcoba, 2005: 27). Lo sorprendente-sorpresivo sería así el binomio elemental del deporte como espectáculo y la fuente indispensable de noticiabilidad por lo que a periodismo deportivo respecta.

¹⁷ Tal como advierte Alcoba (2005: 22), el simple fenómeno de la celebridad deportiva no goza en realidad de mucha novedad: “Desde la antigua Grecia el deportista profesional tuvo sus seguidores, y sus hazañas deportivas fueron recompensadas con largueza”.

¹⁸ Acompañada del periodismo de espectáculos aplicado a deportes, la nota social es otro rasgo que ha estado presente desde los albores del periodismo deportivo. Así lo documenta García Candau (2004: 454) cuando describe las primeras crónicas deportivas: “en muchas ocasiones la crónica no detalla las particularidades del juego, sino las circunstancias sociales. Hay, a veces, más detalles dedicados a los sombreros de las señoras (...) que a las circunstancias de la competición”.

¹⁹ La idea de “espectacularización” supone ausencia del azar, como percibe Ignacio Ramonet (2002:96) en *La tiranía de la comunicación*, no es otra cosa que “el resultado de una exacta dosificación de tensiones, de dramas, de esperanzas y de consuelos”.

²⁰ Entendido a modo de recurso para lograr información más atractiva, “el lenguaje bélico en el deporte” (Alcoba, 2005: 131) suele ser un tema de estudio común en las investigaciones sobre periodismo deportivo. Paniagua (2004: 242) refiere “la inevitable alusión bélica” y, precisamente a propósito del fútbol, García Candau (2004: 471) ha señalado que “el lenguaje balompédico está basado en el hecho consustancial de una batalla”.

²¹ Rodríguez Adrados (en Paniagua, 2004: 242) habla inclusive de un “segundo partido”, en el que los artífices no serían los jugadores, sino los reporteros deportivos.

²² No deja de ser sintomático que, en estudios como el encabezado por Javier Fernández del Moral (*Periodismo especializado*), apenas se otorgue un breve apartado al periodismo deportivo y únicamente bajo el rubro de la crónica (García, 2004).

²³ Si para el periodismo deportivo la espectacularización es un factor anejo, la “construcción de relatos sociales narrativizados y ficcionalizados” (procedimiento puramente sensacionalista, según Sunkel) sugiere hablar de un principio natural de sensacionalismo en lo que concierne a la información sobre deportes. El periodismo deportivo viene a probar muy bien la naturalidad del sensacionalismo cuando de información periodística se trata; es más, de considerar un rasgo conservador en el periodismo deportivo, ése sería su acendrado sensacionalismo.

²⁴ Especialmente interesado en examinar el lenguaje del periodismo deportivo, Pedro Paniagua (2004) ha coleccionado las acepciones y enunciaciones más frecuentes mientras revela la escasa innovación como

resultado del continuo intento de espectacularización; la contradicción de un “enigma” que pretende lograrse utilizando discursos desgastados fue ya dilucidada por Lorenzo Carreter (en Paniagua, 2004: 241-242): “todo acto de lenguaje que no se limite a comunicar, sino también a excitar y conmover, obedece a una retórica peculiar que exige como componente fundamental de su eficacia, un cierto grado de desvío respecto del estándar común. (...) Y es que el redactor, que debe contar qué ha sucedido y también prender la atención del lector “extrañándolo”, esto es, mediante usos no habituales en la prosa ordinaria de la noticia (...) ha de compensarlos con un despliegue ostentoso de ornamentos”.

²⁵ No ha de descartarse aquí la función especializada que debería cumplir el periodismo deportivo como intérprete de los datos que ofrece, pues “los resultados ayudan a ofrecer una visión de la importancia de la competición, pero no sirven para analizar el porqué de los mismos” (Alcoba, 2005: 68).

²⁶ Levinsky (2002: 116) lamenta la falta de “miradas independientes” en un periodismo deportivo que está condicionado por “compromisos de distinto tipo”; la información sobre el espectáculo deportivo ve sus libertades disminuidas toda toda vez que intervienen monopolios, y con mucha frecuencia, a causa de “desconocimientos técnicos”.

²⁷ Con experiencia en la práctica del periodismo deportivo, Alcoba (2005:70) denuncia justamente esos “intereses políticos, comerciales y de amiguismo en los que, desde la cúpula empresarial a la de la redacción, estaban involucrados los responsables en chanchullos deportivos”; son éstos, según el autor, los que “han detenido el proceso informativo y no autorizaron la publicación de aspectos negativos realizados por deportistas, dirigentes deportivos y autoridades políticas”.

y

P