

*Editor*

*Martín Oller Alonso*

# Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s)

## La diversidad de un periodismo propio

Prólogo

**Beate Josephi, Ph. D.**

University of Sydney, Australia

Cuadernos Artesanos de Latina / 125



Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - [jpablos@ull.edu.es](mailto:jpablos@ull.edu.es)

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Alberto Ardèvol (ULL)

- José Antonio Meyer (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé Soengas (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Miguel Tüñez (Universidad de Santiago de Compostela, USC)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, UPF)
- Francisco Campos Freire (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Cisneros (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED)
- Paulina B. Emanuelli (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela López-Ornelas (Universidad Autónoma de Baja California, AUBC)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)

\* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (en su caso), así como las



imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

\* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

125° - **Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s)**

**La diversidad de un periodismo propio** /Martín Oller Alonso

| Precio social: 12,35 € | Precio en librería. 16,05 €

Editores: Javier Herrero y Alberto Ardèvol

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro *Mujer con bernegal*, de Pedro de Guezala (1958).

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | [fotocopiasdrago@telefonica.net](mailto:fotocopiasdrago@telefonica.net)

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2017 – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/portada2014.html>

Descargar en pdf:

<http://www.cuadernosartesanos.org/#125>

Protocolo de envío de manuscritos:

<http://www.cuadernosartesanos.org/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-16458-61-5

D. L.: TF 937-2017

[DOI: 10.4185/cac125](https://doi.org/10.4185/cac125)

# Índice

**CAPÍTULO I:** An overview of Latin American Journalistic Culture(s). The profile, professional situation and perception of journalists in Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador and Mexico, p. 21

*Martín Oller, Sallie Hughes, Adriana Amado, Jesús Arroyave, José Luis Benítez, Palmira Chavero, Miguel Garcés, Mireya Márquez, Claudia Mellado y Sonia Virginia Moreira*

**CAPÍTULO II:** La materialización del método objetivo en el contenido noticioso de los diarios españoles, p. 61

*María Luisa Humanes y Sergio Roses*

**CAPÍTULO III:** Periodismo argentino: ética ideal para prácticas coyunturales, p. 79

*Adriana Amado*

**CAPÍTULO IV:** Corrupção e violência: sobre os riscos para jornalistas e mídia no Brasil, p. 95

*Sonia Virginia Moreira*

**CAPÍTULO V:** La comunicación mediática en Ecuador. Características de la prensa de referencia, p. 113

*Palmira Chavero y Martín Oller*

**CAPÍTULO VI:** Análisis del periodismo en Cuba: el predominio del rol profesional leal-facilitador de los periodistas en el contenido de las noticias de prensa, p. 135

*Dasniel Olivera y Leydi Torres*

**CAPÍTULO VII:** El periodismo deportivo en el norte de México: culturas de producción, prácticas de reporteo y percepciones profesionales, p. 163

*Mireya Márquez, Ángel Iván Húguéz y Ángel Mario Martínez*

**CAPÍTULO VIII:** Percepciones profesionales y rutinas de producción en el periodismo radiofónico de salud en México, p. 195  
*Lucano Romero Cárcamo*

**CAPÍTULO IX:** La cultura periodística pre-profesional en el *triángulo de las Bermudas* del periodismo latinoamericano: Cuba, Ecuador y Venezuela, p. 223

*Martín Oller, Dasniel Olivera, Carlos Arcila, Palmira Chavero, Katiuska Flores, Abel Somohano, Mabel Calderín, Odett Domínguez, Liz Oliva y Jennifer Veliz*

**CAPÍTULO X:** La colaboración con el periodismo profesional, elemento definidor del periodismo ciudadano, p. 275

*Guillermo Gurrutxaga, María José Cantalapedra y Leire Iturregui*

**CAPÍTULO XI:** Vigencia de las radios indígenas en la era digital, sentando la agenda noticiosa de base en América Latina, p. 295

*Jairo Lugo-Ocando y Mónica Marchesi*

**CAPÍTULO XII:** Hacia un *periodismo-otro*: culturas periodísticas en América Latina en el marco del giro decolonial, p. 317

*Martín Oller y María Cruz Tornay*



## **El periodismo deportivo en el norte de México: culturas de producción, prácticas de reporte y percepciones profesionales**

*Mireya Márquez Ramírez. Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México*

*Ángel Iván Húguez Sánchez. Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México*

*Ángel Mario Martínez Espinoza. Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México*

### **Introducción**

**E**N ESTE CAPÍTULO se analizan, en primer lugar, las percepciones profesionales y las presiones que captan los periodistas deportivos que trabajan en Sonora y Coahuila y, en segundo lugar, sus prácticas de reporte, reflejadas en el contenido deportivo de los diarios impresos de ambos estados del norte de México. Con ello se pretende tener una idea más concreta de cómo se configuran las culturas periodísticas deportivas en ciudades donde la cobertura presencial al fútbol profesional es casi inexistente y, de igual modo, conocer el papel que juegan los periodistas dentro de las propias redacciones deportivas de los diarios analizados con respecto a la asignación de recursos materiales, humanos y simbólicos en la realización de las coberturas informativas.

El estudio se enfoca en el análisis del periodismo deportivo de los cuatro diarios de referencia de las dos ciudades capitales: *Vanguardia* y *Zócalo*, de Saltillo (Coahuila) y *El Imparcial* y *Expreso* de Hermosillo (Sonora). La importancia del examen del periodismo en estos estados fronterizos del país -y de estos diarios en particular- radica en el hecho de que se trata de dos de las entidades con mayor grado de desarrollo económico, situación que en teoría supondría un mercado para la prensa más sólido que, según Hughes (2009), ha actuado como pionera del denominado “periodismo cívico” al desarrollar estándares profesionales en sus redacciones desde antes del cambio de siglo. Asimismo, ambas ciudades son sedes de equipos profesionales de béisbol, pero no de la liga de fútbol profesional de primera división. Esta particularidad supone una ruptura con respecto a cómo se ejerce u organiza el trabajo periodístico deportivo en relación a otras grandes ciudades del país debido a la constante “fútbolización” de las coberturas deportivas motivada por las ganancias que genera este deporte espectáculo (Rojas Torrijos, 2010).

La metodología mixta aplicada se basa, en primer lugar, en entrevistas a profundidad a 17 periodistas deportivos de los diarios indicados anteriormente, a quienes se preguntó sobre las políticas editoriales, las rutinas de producción, las condiciones laborales y las percepciones profesionales y, en segundo lugar, en el análisis de contenido de una semana de cobertura periodística de las secciones deportivas de los cuatro diarios. Específicamente se evaluaron cuatro variables principales: los artículos de autoría propia, los artículos de agencia, el número y fuentes citadas en los artículos de autoría propia y el deporte foco de la información.

## **1. La cultura periodística especializada en el área deportiva**

Aunque siguen siendo escasos, los estudios sobre la profesión periodística en México se han incrementado progresivamente en las primeras dos décadas del Siglo XXI. Sin embargo, dentro de esta corriente los trabajos que abordan al periodismo deportivo son aislados, de manera que aún no existe una línea de investigación sólida en el país acerca de esta clase de periodismo especializado. La incipiente de estos estudios centrados en el periodismo deportivo en México -y en otras partes del mundo- provoca un marcado déficit en conocimiento de la cultura periodística especializada en esta área

informativa. Esta situación propicia que exista una idealización arraigada en determinados estereotipos positivos -o negativos- determinantes del perfil, la situación y el rol de los periodistas deportivos. Por otra parte, los pocos estudios que han tratado esta temática se han desarrollado en la capital de México o en los medios de mayor circulación a nivel nacional, ocasionando que el periodismo deportivo en otras ciudades y regiones se encuentre en una situación de casi total invisibilización dentro de la literatura académica.

El presente trabajo se enmarca dentro de los estudios sobre culturas periodísticas, término que es relativamente novedoso en la región iberoamericana. A pesar de la novedad de esta corriente investigativa, existe un cierto número de proyectos afines llevados a cabo desde la segunda mitad del Siglo XX sustentados en trabajos etnográficos en las salas de redacción de los medios de comunicación de algunos de los países con mayor tradición investigativa (Breed, 1955; Tunstall 1971, 1973; Tuchman, 1972, 1973). La noción de cultura periodística fue acuñada como tal por Hanitzsch (2007) en un intento de acotación conceptual de las percepciones y prácticas de los periodistas en relación con su trabajo, para, con ello, entender las maneras de hacer periodismo en los diferentes países y regiones del mundo. De forma que, para este autor, el concepto de cultura periodística se define como “un conjunto de ideas y prácticas por las cuales los periodistas, consciente o inconscientemente legitiman su rol en la sociedad y hacen su trabajo significativo para ellos mismos y los otros” (Hanitzsch, 2007: 369).

Hanitzsch propone que la cultura periodística sea analizada en tres niveles: cognitivo, evaluativo y performativo, ya que la cultura de hacer periodismo puede entenderse como la interacción de elementos individuales (creencias, hábitos y métodos), organizacionales (demandas de redacción, prácticas y rutinas institucionalizadas) y ocupacionales (valores y principios). Por lo tanto, son varios los factores en distintos niveles o ámbitos que influyen en la conformación de la cultura periodística.

En México se conoce poco acerca de un fenómeno complejo como la cultura periodística del periodismo deportivo, a pesar de que históricamente se ha tratado de uno de los tipos de periodismo más seguidos y exitosos -comercialmente hablando-. Esta es una de las



principales razones por las que es necesario analizar cómo son las rutinas, valores y percepciones de los periodistas deportivos en las distintas regiones que conforman el país. Esta clase de estudios ofrecen hallazgos que permitirán en un futuro comparar las dispares maneras de hacer periodismo bajo el criterio de ubicación geográfica, o bien, identificar las características comunes entre dos o más culturas periodísticas dentro de un mismo país.

Uno de los desafíos de la investigación acerca del periodismo deportivo es legitimar esta cultura periodística frente a otras mucho más consolidadas como el periodismo político o económico, que se presentan como los principales objetos de estudio en la literatura mexicana e internacional. Como se mencionó en párrafos precedentes, dentro de los estudios sobre periodismo, los referidos a la especialidad deportiva siguen teniendo hasta la fecha un carácter marginal, por lo que este trabajo pretende hacer un aporte en dos campos poco estudiados: el periodismo deportivo y el periodismo regional del norte de México.

La línea de trabajo planteada forma parte de la subdisciplina originada en Reino Unido conocida como *Journalism Studies*, la cual analiza el periodismo con un enfoque sociocultural. Con dicho enfoque, esta investigación concibe el periodismo deportivo de la región norte de México como una cultura periodística que se manifiesta a través de ideas y prácticas que dan forma al ejercicio periodístico de quienes la integran.

Para abordar estos dos grandes ámbitos (ideas y prácticas) es pertinente definir lo que significa ideología profesional dentro del contexto periodístico, ya que a menudo se emplea como sinónimo de cultura periodística, que, sin embargo, tiene un alcance mayor. Ideología profesional puede considerarse como la “cristalización de las características distintivas relacionadas con el periodismo como valores, orientaciones y predisposiciones que se articulan como la cultura profesional dominante (por ejemplo: el periodismo objetivo)” (Hanitzsch, 2007: 370). Con base en esta perspectiva, este trabajo pretende mostrar cuáles son esas características distintivas que poseen los periodistas deportivos de la región norte de México de acuerdo a las percepciones de los propios profesionales. Es decir, se aborda el

aspecto ideológico de los periodistas dentro del concepto de cultura periodística.

Tal y como se dijo anteriormente, se trata de un objeto de estudio novedoso, más si cabe debido a que existen pocas investigaciones sobre periodismo en México con un enfoque regional y, más aún, dirigidas al análisis del periodismo especializado deportivo. Aunque en años recientes se han llevado a cabo algunos trabajos sobre prácticas periodísticas en determinados estados y regiones del país, entre ellas la norte, estos no han abordado el periodismo deportivo, sino la manera en la que la violencia del Estado o del crimen organizado ha modificado la forma de ejercer la profesión en el país.

Saltillo y Hermosillo son ciudades que en años recientes han experimentado episodios violentos generados por la influencia del crimen organizado y sus tensiones con dependencias gubernamentales y militares. A partir del sexenio del presidente Felipe Calderón (2006-2012) irrumpieron con mayor frecuencia y grado de violencia las manifestaciones agresivas hacia el ejercicio periodístico, derivadas del desplazamiento del ejército dentro de algunas ciudades mexicanas, entre ellas varias de la región norte de México, construyendo así un proyecto de “Estado policial” (Salazar, 2011). En el caso del estado de Coahuila este fenómeno es relativamente reciente. La estrategia federal llevada a cabo durante el sexenio del expresidente Felipe Calderón ha ocasionado cambios en las rutinas y en las formas de hacer coberturas informativas por parte de los medios de comunicación (Lemini, 2015).

En esta coyuntura, propiciada por el incremento de la violencia, las nuevas dinámicas de operación por parte de autoridades y criminales en zonas como la región norte de México ha motivado a los académicos a la puesta en marcha de un gran número de estudios, en un intento de comprender cómo se han adaptado los periodistas a este tipo de situaciones y circunstancias. Investigaciones como las de Salazar (2012), Cabezas (2014), Lemini (2015) muestran determinados patrones de conducta adoptados por los periodistas en el norte de México, en tanto que realizan su ejercicio profesional enfrentando distintos riesgos. Este contexto ofrece nuevos desafíos para los periodistas que deben negociar prácticas como la autocensura y el

oficialismo, construyendo relaciones más complejas e inciertas entre los propios periodistas y las fuentes informativas.

Estos cambios manifestados en la cultura de los periodistas en contextos violentos dan cuenta de un problema que afecta directamente el derecho a la libertad de expresión de los periodistas y, simultáneamente, el derecho a la información de la sociedad civil. Esta problemática no solo ha llamado la atención de los investigadores, sino también de los organismos internacionales que se han ofrecido para capacitar a periodistas en la realización de coberturas en zonas de riesgo en México (Hernández, 2016: 283).

Además de la violencia como factor de influencia en el ejercicio periodístico mexicano existen otras problemáticas que afectan el desempeño de los periodistas deportivos en los medios de comunicación del país y de la región iberoamericana. En contextos profesionales como los de Chile, donde no hay índices de violencia tan altos como en México, Puente y Grassau (2009) destacan que la escasez de criterios profesionales con que se practica el periodismo podría ser una de las razones que provoca un “extremo centralismo” en la prensa de su país. Uno de los ejemplos de dicha escasez de criterios profesionales es el pobre uso de las fuentes, que principalmente son gubernamentales. En México esta práctica también define el periodismo nacional y regional e, incluso, se acentúa debido a la magnitud de la violencia. Otro cuestionamiento “es el bajo promedio de publicación de datos comprobables en las notas de noticiarios de televisión regionales en comparación con noticiarios nacionales chilenos” (Puente y Grassau, 2009: 37). En México, donde la prensa se ha configurado históricamente bajo un modelo clientelar, conceptualizado como “liberal capturado” por Guerrero y Márquez Ramírez (2014), han disminuido a nivel nacional prácticas corruptas como la subvención gubernamental del papel, los pagos a periodistas o el financiamiento de sus gastos. Sin embargo, “esto no ha ocurrido a escala regional” (Márquez, 2016: 38), donde este tipo de problemas siguen presentes y agregan desafíos al ejercicio de los periodistas mexicanos en zonas de riesgo.

Los trabajos más recientes acerca del periodismo regional en México se han enfocado en el impacto de la violencia en las prácticas profesionales de los periodistas, aunque, especialmente, en aquellas

que cubren las áreas informativas políticas, económicas y/o policíacas. En cambio, los periodistas deportivos no han sido considerados de manera especial en esta clase de trabajos empíricos recientes. A pesar de ello, existen algunos casos aislados sobre este tema que pueden encontrarse en tesis de licenciatura o posgrado, pero sin que exista una línea de investigación clara. En uno de esos trabajos, Colín (2013) estudió la cultura profesional de los periodistas deportivos en la Ciudad de México a través de la noción de profesionalismo y profesionalización. En su trabajo se exponen los principales valores y tensiones de los periodistas deportivos en todos los niveles de la producción de noticias ordenados según el modelo de jerarquía de influencias propuesto por Reese (2001).

En el país se han realizado otros proyectos que han tomado como objeto de estudio el periodismo deportivo, aunque con un carácter más histórico (Ruelas, 2009; Santiago, 2001), basados en la cobertura informativa específica de algún evento o medio (Andrade, Enciso y Fonseca, 2015; González, 2014) u orientados hacia los estudios de género (González, 2013; Pedraza, 2008; Coronado, 2003). Por otro lado, la mayoría de estos trabajos se han llevado a cabo bajo una perspectiva contextual centralista, es decir, sin considerar como factor relevante un contexto geográfico alejado de la Ciudad de México o las otras ciudades más desarrolladas del país como Guadalajara o Monterrey. De los anteriores, solo el estudio de Andrade, Enciso y Fonseca (2015) tiene un enfoque regional, en el que hallaron que el fútbol es el tema principal del 60% de las noticias del programa *Radiatorama Deportivo* en Nayarit. De este modo demostraron empíricamente la existencia de una oferta informativa futbolizada que, a decir de Rojas Torrijos (2012), se trata de la tendencia de priorizar el fútbol en la prensa deportiva por su facilidad para captar público y anunciantes.

Los primeros estudios empíricos que abordaron el caso de los periodistas deportivos surgieron a finales de la década de 1980 y solían contar con un enfoque cuantitativo, utilizando la encuesta como técnica principal. Dentro de estos trabajos se encuentran los efectuados por Garrisson y Salwen (1989 y 1998), Henningham (1995), Lange (2002), Nicholson (2011), entre otros. En el caso de México, aún no existen estudios similares que bajo una perspectiva

cuantitativa muestren el perfil general de los periodistas deportivos a nivel nacional o regional, además de que los estudios cualitativos basados en ellos son todavía escasos.

Rowe (2004), en su trabajo *Sport, Culture and the Media*, explora los vínculos dinámicos entre los medios y el deporte y su significado en la sociedad contemporánea, dedicando uno de los capítulos de este libro a los periodistas deportivos. En él, el autor considera a los periodistas deportivos entre los escritores contemporáneos con mayor visibilidad, aunque, paradójicamente, no están aún en la posición que le corresponde debido al viejo cliché de que el deporte es el departamento de juguete (*toy department*) de los medios noticiosos. Rowe (2004) también expone que la negativa de tomar de manera seria al periodista deportivo provoca un resultado contradictorio: los periodistas deportivos son los más leídos, pero los menos admirados. Esta idea se encuentra en investigaciones realizadas por otros autores, que dan cuenta del escaso prestigio de estos ante la sociedad o los colegas de otras áreas. La etiqueta que acarrea el periodismo deportivo como “departamento de juguete” se reconoce en distintos trabajos (Boyle, 2006; Hardin, Zhong, Whiteside *et al.*, 2009; McGuire, Murray y Ketterer, 2015). Esta noción anglosajona se percibe de forma similar en el contexto mexicano, donde el periodismo deportivo no goza de la misma reputación de áreas como política o economía. Si se extrapola esta situación al periodismo regional, y a los problemas que enfrenta, se advierte un panorama complejo y adverso en el desempeño profesional de los periodistas deportivos.

Reinardy (2006, 2007) destaca las presiones soportadas por los periodistas deportivos que, a su vez, contrastan con la satisfacción que les genera su profesión. Por lo tanto, a pesar de los altos niveles de estrés y de los sacrificios a los que están sometidos, estos se sienten satisfechos con su trabajo.

Un elemento que agrega complejidad al análisis del periodismo deportivo reside en la propia naturaleza del deporte. El deporte como espectáculo, consolidado en el Siglo XX, es hoy el foco de atención de la prensa deportiva en sus distintos soportes. El deporte-espectáculo se distingue por su importancia mediática a diferencia de otros tipos de deportes como los populares, los *amateurs* y los de alto

rendimiento, que no necesariamente son seguidos o cubiertos por los medios de comunicación.

A pesar del alcance masivo que tiene el deporte en los medios de comunicación, se trata de un tema que ha recibido poca atención por parte de los investigadores. Existe una gran necesidad de estudiar el deporte y, entre otras cosas, la forma en la que es utilizado por los medios de comunicación deportivos para comunicar y tratar los asuntos de una importancia considerable (Billings, 2010). En este sentido, hay una exigencia para producir más investigaciones académicas que den cuenta del valor del deporte y del periodismo deportivo (Bavoni, 2014).

El deporte es catalogado como una actividad trivial, recreativa, orientada hacia el placer, que emplea el cuerpo más que la mente y que carece de valor económico. En consecuencia, no se considera que plantee problemas sociológicos de importancia comparable a los relacionados con los temas “serios/duros” de la vida económica y política. Sin embargo, no cabe duda de que el deporte constituye un campo de considerable importancia social que requiere de investigación y teorización sociológicas. La importancia social del deporte incluye a los medios de comunicación, de ahí que publicaciones de distintas regiones destinen determinadas coberturas a actividades deportivas a pesar de la lejanía de los lugares donde ocurren los eventos más relevantes. A diferencia de otras regiones del país, los periodistas deportivos localizados en la Ciudad de México cuentan con la ventaja de tener a su alrededor a las principales fuentes informativas en cuanto a deporte profesional se refiere, además de contar con una amplia cantidad de eventos deportivos frecuentemente. En cambio, en regiones alejadas del centro del país, a excepción de Guadalajara y Monterrey, no se cuenta con esas ventajas, dificultando la cobertura informativa de determinados eventos deportivos y provocando que la oferta de información deportiva se reduzca.

## **2. Metodología**

Esta investigación analiza a través de un enfoque de investigación mixto las prácticas, percepciones y presiones de los periodistas deportivos dentro de las redacciones de los diarios *Vanguardia* y *Zócalo*

de Saltillo (Coahuila) y *El Imparcial* y *Expreso* de Hermosillo (Sonora), dos ciudades localizadas en el norte de México.

Ambas ciudades -y Estados- fueron seleccionados por ser dos entidades similares respecto a la percepción ciudadana del balance de vida y trabajo. Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en su estudio *Midiendo el Bienestar en los Estados Mexicanos* de 2014, ambos Estados se sitúan en quinto lugar según su satisfacción respecto a la variable “tiempo para ocio”; en tercer lugar (Sonora) -con 8800 pesos mensuales- y en sexto lugar (Coahuila) -con 8069 pesos mensuales- con relación a los ingresos disponibles por hogar y en veintidosavo y veintitresavo puesto (Coahuila y Sonora respectivamente) con respecto a la percepción de ocupación de empleo.

En cuanto a población, los municipios de Hermosillo y Saltillo tienen condiciones similares. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el municipio sonorense habitaban 784342 personas, mientras que en el coahuilense radicaban 723123.

Estas similitudes entre ambos estados permiten realizar un estudio comparado entre dos entidades con circunstancias similares. De modo que pueda verificarse si los índices promedios de desarrollo del trabajo difundidos por el INEGI pueden extrapolarse a la profesión periodística y a las condiciones profesionales de los periodistas deportivos de los diarios analizados.

Otra similitud con la que cuentan ambas ciudades es que hay pocos equipos deportivos profesionales -en consonancia con el resto de la región-, una situación que conlleva un bajo índice de oferta de espectáculos deportivos. Esta circunstancia atípica se acentúa respecto a las tres grandes ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey), ya que tanto en Saltillo como en Sonora no existen en la actualidad equipos de fútbol en la primera división del campeonato nacional. Los clubes de béisbol *Saraperos* y *Naranjeros* son los principales clubes deportivos profesionales de estas ciudades.

Como muestra de este estudio se eligieron los dos principales diarios de cada una de las dos ciudades según el índice de circulación de

ejemplares: *Vanguardia* y *Zócalo* en Saltillo y *El Imparcial* y *Expreso* en Hermosillo. En primer lugar, se llevó a cabo un análisis de contenido a través de una muestra construida en estos diarios y, en segundo lugar, se realizaron 17 entrevistas a profundidad a periodistas en activo que ejercen de reporteros, editores y directivos en alguno de estos medios.

La primera de estas técnicas tiene un enfoque cuantitativo y la segunda cualitativo. Esta triangulación ofrece la posibilidad de confrontar los hallazgos de cada enfoque y llevar a cabo un análisis más profundo de los datos obtenidos. De este modo, a partir de las ventajas y limitaciones de ambos planteamientos, se estudian dos de los grandes aspectos que forman parte de la cultura periodística: las noticias publicadas y su producción.

La combinación de ambas técnicas ofrece un tipo de triangulación metodológica que permite tener una visión más completa del objeto de estudio. Como señala Singer (2009), la triangulación aumenta la confiabilidad en la interpretación de hallazgos y es particularmente útil para explorar el “por qué” más que el “qué” de un asunto. Así, este estudio pretende no solo describir la situación de los periodistas deportivos en Saltillo y Hermosillo, sino también explorar las causas que explican las publicaciones que realizan los cuatro diarios analizados.

A continuación, se describen algunas características de cada uno de los cuatro medios de comunicación estudiados:

*El Imparcial* es el periódico más antiguo de la ciudad de Hermosillo, capital del estado de Sonora. Este diario se fundó en 1937, actualmente pertenece al *Grupo Healy* y tiene una circulación diaria de 42945 ejemplares diarios. El otro periódico sonorenses es *Expreso*, fundado en 2005 y que hoy pertenece a la familia Luebbert; cuenta con una circulación diaria de 11533 ejemplares. En cuanto a los diarios de la ciudad de Saltillo, en primer lugar, el periódico *Vanguardia* es el periódico de mayor tradición en la ciudad, fundado en 1975 y pertenece a la familia Castilla. Su circulación diaria es de 24337 ejemplares. El periódico *Zócalo* es el de más joven de toda la muestra. Fundado en la capital coahuilense, salió a la venta en 2008 como parte del *Grupo Zócalo*, presente en otras ciudades del norte de



México como Monclova, Piedras Negras, Acuña y Sabinas, en el Estado de Coahuila, además de la ciudad de Nogales, Sonora (como *Periódico Nuevo Día*). En Saltillo, *Zócalo* publica 34724 ejemplares al día y pertenece a la Familia Juaristi.

El análisis de contenido de los cuatro periódicos que conforman la muestra tuvo entre sus principales objetivos conocer los aspectos clave de la producción de noticias, como las fuentes informativas y la autoría de los contenidos, con la finalidad de establecer el número de noticias producidas por los periodistas de plantilla del medio y las procedentes de servicios de agencias de noticias u otros medios de comunicación. Esta acción tuvo la finalidad de conocer la importancia que se le da por parte de los editores y los directivos de los medios a la generación de contenidos originales, en contraste con la relevancia ofrecida a los contenidos generados por las agencias informativas. Por otra parte, conocer las fuentes empleadas en las notas informativas deportivas nos permite descubrir cuales son las más recurrentes; por ejemplo, si se priorizan fuentes oficiales, las investigaciones propias quedan relegadas, inhibiendo las posibilidades de ejercer un periodismo de investigación o *watchdog*.

Los hallazgos de este análisis permiten indagar sobre la importancia de publicar información propia y las fuentes a las que se recurre para obtenerla y, al mismo tiempo, conocer si los medios estudiados cuentan con recursos suficientes para llevar a cabo estos procesos informativos.

La muestra para el análisis de contenido estuvo conformada por las portadas de los diarios mencionados en las siguientes fechas: lunes 7, martes 15 y miércoles 23 de septiembre, además del jueves 1, viernes 9, sábado 17 y domingo 25 de octubre de 2015. Este análisis de contenido indaga sobre la naturaleza de los deportes cubiertos por cada uno de los diarios analizados con la intención de conocer si existe el fenómeno conocido como “futbolización de la información deportiva” (Torrijos, 2010), el cual se refiere a la priorización de contenidos de fútbol bajo el supuesto de que se trata del deporte más exitoso y rentable, comercialmente hablando, para los medios informativos. En este sentido, el caso de Saltillo y Hermosillo podría ofrecer hallazgos particulares debido a la ausencia de equipos de fútbol profesional de primera división, contribuyendo, de ese modo, a

la futbolización pasiva de un deporte que no es el más relevante en la región.

Para complementar la técnica de análisis de contenido se realizaron 17 entrevistas temáticas semi-estructuradas aplicadas a una muestra del elenco de periodistas -reporteros, editores y directivos- pertenecientes a alguno de los cuatro diarios analizados en tres niveles. El cuestionario se diseñó con la intención de estudiar las rutinas diarias de trabajo, los criterios de noticiabilidad y las motivaciones de los periodistas deportivos. Otro interrogante abordado en las entrevistas estuvo centrado en la cuestión de si existen iniciativas por parte de los profesionales para llevar a cabo coberturas presenciales a eventos nacionales o internacionales y si para ello cuentan con el apoyo económico de su medio.

Para poder definir el perfil de cada uno de los informantes se analizó el organigrama de los equipos de trabajo del área deportiva en cada uno de los diarios estudiados:

- *El Imparcial*: 5 periodistas (1 editor, 1 coeditor y 3 reporteros).
- *Expreso*: 3 periodistas (1 editor, 1 coeditor/reportero y 1 reportero).
- *Vanguardia*: 4 periodistas (1 editor, 2 coeditores/reporteros y 1 reportero).
- *Zócalo*: 5 periodistas (1 editor, 1 coeditor, 3 reporteros).

Una vez conocido el organigrama de los medios estudiados se tomó la decisión de entrevistar a dos reporteros, un editor y un directivo para contar con los puntos de vista de trabajadores de distintos niveles jerárquicos, suponiendo que cada uno de ellos cuenta con experiencias e ideas particulares debido a la propia naturaleza de su trabajo y a la división estructural y organizacional de los medios. A los periodistas que actuaron como muestra de este estudio se les preguntó acerca de sus rutinas de trabajo, los flujos de comunicación con el resto del equipo del área de deportes, los criterios para la toma de decisiones en cuanto a la asignación de coberturas nacionales e internacionales y los elementos empleados en sus medios de comunicación para la motivación y el fomento de la iniciativa propia de los periodistas.

La importancia de las entrevistas radica en conocer cuáles son los criterios que se ponen en práctica a la hora de publicar una nota en la portada de la sección deportiva, ya que en estas se manifiestan los valores y las presiones que entran en juego en el momento de diseñar una portada para esta sección.

En esta investigación, entendemos que las culturas periodísticas se materializan en los contenidos periodísticos a través de los contextos de producción de noticias. Por tanto, las dimensiones a analizar son las prácticas de reporteo, el uso de fuentes y las condiciones de producción.

En el abordaje de estas tres dimensiones de análisis de la cultura periodística deportiva en el norte de México se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se configuran las culturas periodísticas impresas en dos ciudades del norte de México en el área deportiva?
- ¿Qué tipo de fuentes, deportes, figuras y técnicas de reporteo predominan en la prensa deportiva de Saltillo y Hermosillo?
- ¿Cuáles son las condiciones de producción con la que se desenvuelven los periodistas deportivos del Norte de México para la realización de sus funciones?

### **3. Hallazgos cuantitativos**

#### **3.1. Agencia de noticias como fuente informativa principal**

A través del análisis de contenido se destapó la dependencia que tienen los periodistas y los diarios estudiados de las agencias de información, priorizando la información procedente de este tipo de fuentes por encima de la producción propia procedente del equipo de deportes de estos medios.

La información de elaboración propia en las portadas de los diarios *Vanguardia*, *Zócalo*, *El Imparcial* y *Expreso* es escasa y significativamente menor a la procedente de las agencias de noticias [tabla 1]. La información generada por los reporteros de la sección de Deportes se ubicó en las páginas interiores y solo en casos aislados se les dio un espacio en la portada o un llamado a sus notas. El caso más extremo

se encontró en el diario *Zócalo*, donde no se incluyó ninguna nota de sus periodistas en la portada dentro del periodo analizado.

Tabla 1. Comparativa entre uso contenidos propios vs agencias y fuentes citadas por cada medio

<b>Medio</b>	<b>Notas propias</b>	<b>Notas de agencia</b>	<b>Total</b>
<i>Vanguardia</i>	6 (22%)	14 (78%)	20
<i>Zócalo</i>	0	29 (100%)	29
<i>El Imparcial</i>	6 (21%)	23 (79%)	29
<i>Expreso</i>	2 (7%)	27 (93%)	29
<b>Totales</b>	<b>14</b>	<b>93</b>	<b>107</b>

Fuente: Elaboración propia.

El caso del diario *Vanguardia* es peculiar, ya que por su formato tipo tabloide las portadas solo se utilizan para dar llamados a las páginas interiores. Esta eventualidad obligó al equipo de investigadores a hacer un análisis de las notas en las páginas interiores que se mencionaban en la portada. Este medio de Saltillo incluyó en su portada de la sección de Deportes solo en seis ocasiones las llamadas a notas elaboradas por sus reporteros. Tres de ellas referidas a un solo evento: el Torneo Anual de Golf de Parras de la Fuente, competencia que se realiza anualmente y que reúne a empresarios y miembros de la elite social mexicana en un torneo benéfico. Para cubrir este evento el reportero estuvo presente durante la realización del mismo. Las otras tres notas firmadas por reporteros del propio diario cubrieron eventos relativos a la NFL, la final de la Liga Mexicana de Beisbol entre los *Tigres* de Quintana Roo y los *Acereros* de Monclova (equipo del estado de Coahuila) y el inicio de la Temporada Grande de la Plaza de Toros México. En estos tres eventos el reportero no estuvo presente en el lugar de los hechos.

Estos resultados revelan que tan solo en una ocasión el evento deportivo fue cubierto personalmente por uno de los periodistas del diario, el resto de las notas informativas correspondieron a acontecimientos deportivos seguidos por las redes sociales o la televisión.

*Zócalo*, localizado en la misma ciudad que el anterior diario, publicó en las portadas de la sección de Deportes tan solo notas procedentes de las agencias de noticias nacionales e internacionales, obviando toda la producción informativa de los periodistas deportivos propios. Este resultado resulta paradójico, ya que este diario, junto a *El Imparcial* de Hermosillo, cuenta con el equipo de periodistas de plantilla más numeroso. El factor que puede influenciar directamente en este hecho es que el único equipo profesional de la ciudad, *Saraperos de Saltillo*, se encontraba en la temporada de descanso de la Liga Mexicana de Beisbol, que se desarrolla entre marzo y agosto.

*El Imparcial* de Hermosillo fue uno de los diarios que publicó mayor número de contenido propio en las portadas de la sección de Deportes -con seis notas generadas por los periodistas de su propia redacción de un total de 29 publicadas-. Este diario ofreció una mayor diversidad informativa en cuanto a los tipos de deportes cubiertos y a las fuentes consultadas, aunque la mayor parte de las notas informativas (4) fueron escritas por el mismo reportero.

El equipo de béisbol profesional *los Naranjeros* acaparó dos notas informativas, al igual que *los Cimarrones*, equipo de fútbol de la Liga de Ascenso profesional mexicana. Los otros deportes cubiertos fueron fútbol sala y artes marciales mixtas. Estos resultados muestran que, si bien los equipos locales de los deportes más populares en la región, como son el beisbol y el fútbol, recibieron la mayor atención a nivel de cobertura informativa, eventualmente otras actividades deportivas menos reconocidas ocuparon un lugar relevante en la portada de la sección de Deportes de este diario.

El periódico *Expreso* fue el segundo diario de la muestra que otorgó menos relevancia a la publicación del contenido propio en su portada de la sección de Deportes. Tan solo dos notas fueron firmadas por un reportero de este medio, ambas basadas en los equipos profesionales de beisbol de Hermosillo: *Naranjeros* y *Cimarrones*. Aunque este diario otorgó la mayor parte del espacio infomativo en su portada deportiva a 27 notas de corte nacional e internacional facilitadas por diversas agencias informativas, nunca hizo mención a la procedencia exacta de estas.

Tan solo 14 de las 107 notas publicadas en las portadas de las secciones deportivas de los cuatro diarios analizados fueron escritas por sus propios periodistas. Este aspecto refleja una tendencia clara a favor de la utilización de las agencias de noticias como fuente principal de los contenidos publicados.

La mayor parte de las coberturas informativas se enfocaron en el fútbol mexicano, el beisbol en las “grandes ligas” y la temporada de la NFL. Sin embargo, los periodistas de plantilla de esos medios se limitaron a cubrir los eventos deportivos de menor calado, como las ligas universitarias o infantiles de carácter hiperlocal y social. Además, el reducido número de periodistas encargados de cubrir los principales eventos deportivos centrados en los equipos profesionales de beisbol no siempre tuvo la posibilidad de hacerlo porque, a menudo, los eventos internacionales, como los *playoffs* de las ligas mayores, recibieron mayor atención.

### **3.2. Notas sin firma: una tendencia en los diarios analizados**

Unido al hecho de que las notas procedentes de las agencias de noticias son más utilizadas que la información generada por los periodistas de los propios diarios, existe una clara tendencia a publicar notas sin firmar. Esta situación dificulta la posibilidad de conocer con exactitud la procedencia de la información publicada, independientemente de si proviene de una agencia de noticias o de los propios periodistas de plantilla. En esta misma línea de falta de transparencia, a menudo las notas publicadas aparecen con la firma de “agencias”. Una ambigüedad que no le permite al lector/usuario reconocer ni el origen de la información ni el grado de edición que sufrió la nota en el proceso de elaboración antes de su publicación.

Las principales agencias de noticias utilizadas como fuentes informativas son *AP*, *ESPN*, *Reforma*, *EFE*, *DPA*, *El Universal*, *Notimex*, aportando un 43% del total de las notas publicadas. Entre todas ellas, la más destacada fue *Reforma*, asociada al diario nacional del mismo nombre ubicado en Ciudad de México.

*Reforma*, principal agencia contratada que surte de contenidos a los periódicos de provincia con el 24%, es utilizada principalmente para cubrir temas relacionados con el fútbol de la *Liga MX*, la principal liga

de fútbol profesional en México. La razón de su elección podría estar motivada por el hecho de que es una agencia de noticias nacional, por lo que se le presupone mayor capacidad de acción y conocimiento respecto al deporte mexicano que otras de carácter internacional. Las otras agencias de noticias más empleadas fueron *AP*, *DPA*, *ESPN* y *EFE*. Entre todas ellas aportaron tan el 14% de las notas publicadas, solo un 1% más que la información generada por los periodistas de los propios diarios. *El Universal* y *Notimex*, ambas nacionales, complementan la muestra de agencias que ofrecieron sus servicios a estos diarios con el 4% -entre ambas-.

Tabla 2. Distribución de notas por agencia en las portadas

<b>Agencias utilizadas</b>	<b>Notas</b>
Sin agencia	44
<i>Reforma</i>	22
<i>AP</i>	10
“Agencias”	9
<i>Notimex</i>	3
<i>EFE</i>	2
<i>El Universal</i>	1
<i>ESPN</i>	1
<i>DPA</i>	1
<b>Total</b>	<b>93</b>

Fuente: Elaboración propia.

Al margen de las agencias de información, la mayor parte de los diarios analizados hicieron uso de los motores de búsqueda y demás herramientas ofrecidas por internet como fuentes informativas. El aspecto negativo al respecto es que el 47% de las notas informativas procedentes de este diario fueron publicadas sin firma alguna. Este resultado demuestra empíricamente la popularidad de la que goza esta práctica dentro de las redacciones de los diarios mexicanos, que a menudo copian los textos de sitios *web* que cuentan con las licencias oportunas de estas agencias. Si a este aspecto se suma el hecho de que el 10% de las notas analizadas son firmadas por “agencias”, puede calcularse que el 57% de la información no proviene de una fuente identificada y que, además, el medio de comunicación no las elabora y produce por él mismo.

### 3.3. Fútbol, tema deportivo hegemónico en territorio de beisbol

En los diarios de Saltillo y Hermosillo existe una especial vinculación con el beisbol, deporte de gran tradición en la región. Ambas ciudades cuentan con equipos profesionales de este deporte en las dos principales ligas del país. Los *Saraperos* de Saltillo participan en la Liga Mexicana de Beisbol de verano y los *Naranjeros* de Hermosillo en la Liga Mexicana del Pacífico en invierno. Estos clubes son los equipos con un mayor número de aficionados y arraigo en estas plazas. Sin embargo, a pesar de que estas ciudades no cuentan en la actualidad con equipos profesionales de fútbol en las principales ligas, este deporte fue el más recurrente en la muestra analizada.

Tabla 3. Distribución de notas por deporte en las portadas

Deporte	Notas
Fútbol	39
Beisbol	35
Fútbol Americano	18
Automovilismo	4
Golf	4
Baloncesto	3
Artes Marciales	1
Box	1
Fútbol Sala	1
Toros	1
Total	107

Fuente: Elaboración propia.

Tras el fútbol *-soccer-*, el beisbol es el deporte con mayor cobertura, ya que aparece referido en el 32% de las notas. A pesar de ello, la mayor parte de estas notas no hace referencia al beisbol mexicano o a los equipos de las ciudades, sino a la *Major League Baseball* de los Estados Unidos. Este resultado podría explicarse debido a que el análisis de



contenido se llevó a cabo en épocas de *playoffs* en aquel país, desplazando a la información deportiva local.

El fútbol americano aparece como el tercer deporte con mayor presencia en las portadas deportivas de los diarios estudiados. Probablemente este deporte (al igual que el caso de *Major League Baseball*) genera un interés significativo debido a la cercanía de Sonora y Coahuila con los Estados Unidos, aspecto que provoca que este deporte sea uno de los que cuenta con mayor número de practicantes en las ligas infantiles y universitarias de la región norteña.

### **3.4. Escasa citación de fuentes informativas**

*Vanguardia* y *El Imparcial* fueron los medios en los que se encontraron una mayor presencia de fuentes informativas en las notas elaboradas por sus propios periodistas. A pesar de ello, solo en una de las seis informaciones publicadas se empleó más de una fuente. Este déficit en el uso de fuentes podría explicarse a partir de la propia naturaleza informativa de las notas, ya que se limitaron a informar acerca de las crónicas de los acontecimientos deportivos y los resultados obtenidos por los clubes y/o deportistas. La información necesaria para completar estas notas fue recabada a través de boletines de prensa y de coberturas presenciales realizadas por los propios periodistas de los medios.

*Expreso* solo presentó una fuente en el par de notas propias que publicó, mientras que *Zócalo*, al no tener registro de notas elaboradas por sus propios periodistas en las portadas de la sección deportiva, aparece en la tabla sin fuentes citadas.

A la escasez de fuentes en las notas analizadas, se une el hecho de que la mayor parte de estas no aparecen firmadas por un profesional o una entidad/organización en concreto; lo cual simplifica la información y al mismo tiempo impide conocer las distintas perspectivas acerca del evento deportivo sobre el que se informa. Este fenómeno puede estar relacionado con la práctica conocida coloquialmente como “declaracionitis”, fenómeno informativo en el que las frases de los protagonistas de la información son la nota en sí misma. Aunado a ello, otra práctica muy común, no solo en el

periodismo deportivo sino en general, es el uso exclusivo de fuentes oficiales en las notas publicadas.

#### **4. Hallazgos cualitativos**

##### **4.1. Limitaciones jerárquicas de los periodistas deportivos del norte de México**

Como parte fundamental de la investigación cualitativa se llevaron a cabo 17 entrevistas semi-dirigidas a periodistas pertenecientes a los cuatro medios analizados. En esta selección se tuvo presente la posición y el puesto profesional de estos profesionales, ya que sus percepciones, roles y perspectivas varían en base a su localización dentro de la estructura jerárquica de las redacciones. Relacionado con este punto de partida, uno de los hallazgos obtenidos fue que los periodistas de mayor nivel jerárquico perciben de forma más positivas su profesión y la organización en la que trabajan, mientras que los que se encuentran en niveles inferiores y sin responsabilidad editorial directa, como los reporteros, plantean un mayor número de dudas y disconformidades con respecto a los procesos y dinámicas de trabajo dentro de sus medios.

##### **4.2. Presiones que afectan y determinan el ejercicio periodístico**

Los periodistas deportivos entrevistados manifestaron percepciones similares acerca de su situación profesional y las funciones propias de la actividad periodística. Una de las ideas más recurrentes entre los entrevistados es que el periodismo es una profesión consolidada bajo la idea del consumo informativo y la idea de entretenimiento, dejando en un segundo plano al periodismo de investigación. Esta idea de la profesión periodística está incentivada por factores como el ritmo acelerado de trabajo y las presiones comerciales. Como señala uno de los entrevistados, el público de la sección deportiva es uno de los más amplios de su diario:

A la gente no le interesa la política y le “saca la vuelta” [...], al grueso de los lectores le importa Deportes, Locales y el resto. Yo creo que a veces no reparamos en eso, se convierte [la sección] en la más leída y ni siquiera te das cuenta (Directivo, *Zócalo*).

Este aspecto no pasa desapercibido para quienes toman las decisiones finales de las publicaciones que salen a la luz en estos diarios, ya que no son ajenos al alto consumo de la sección deportiva. Por esta razón, basados en motivos económicos y financieros, la noción de *soft news* desplaza al periodismo en profundidad, que requiere de mayor tiempo, dedicación e inversión debido a su propia naturaleza y complejidad.

Al ser una de las secciones más consumidas de los diarios, se pensaría que la valorización de su producción noticiosa por parte de editores es alta, sin embargo, el elevado número de notas procedentes de agencias informativas demuestra que no es así. A este aspecto se unen la falta de recursos económicos, materiales y humanos y unas dinámicas de trabajo alejadas del periodismo propio y de investigación:

Le apuestan mucho a tener un reportero de Deportes, uno que te llene las seis, siete páginas, y lógicamente no le puedes pedir que se ponga a hacer periodismo duro cuando nomás tienes un solo ‘monito’ (Directivo, *Expreso*).

El déficit de recursos se refleja en el escaso personal y la falta de tiempo con el que se cuenta en el trabajo diario. Al respecto, algunos periodistas entrevistados manifestaron que el hecho de tener que cumplir con una cuota diaria de notas condiciona sus dinámicas de trabajo. Esta presión procede de los estratos jerárquicos más altos de los periódicos, que facilitan poco personal para trabajar en el área de deportes, a pesar de que la cantidad de eventos y la carga de trabajo es muy intensa. Aunque algunos de los periodistas entrevistados declaran que han encontrado nuevas motivaciones en la sección digital de su trabajo, la presión por lo acotado de los tiempos la plantean como un gran problema:

Siempre buscas competir y ahorita lo que nos motiva es tener la *web* a tu disposición, te motiva que tu trabajo luzca. El problema son los tiempos, ya que se tiene que cumplir con la agenda y en ocasiones salen eventos después de lo planeado (Reportero, *Vanguardia*).

Varios de estos reporteros han sufrido este tipo de presiones, viéndose obligados a publicar una cierta cantidad de notas al día. Estas dinámicas de trabajo están muy arraigadas en los periódicos

estudiados, donde ya hay espacios comprometidos para la información local en las páginas interiores. Sin embargo, los reporteros que se han mudado a la *web* destacan su mayor libertad de acción y producción:

Sí tengo más libertad ahora en el sentido de hacer un reportaje, tengo más libertad en el sentido creativo (Ex reportero, *El Imparcial y Expreso*).

### **4.3. Cobertura de los eventos: entre la motivación y la frustración**

Una de las principales motivaciones para los periodistas deportivos radica en poder ser elegidos para cubrir los principales eventos deportivos en la capital del país o en el extranjero. Sin embargo, la asignación de este tipo de coberturas genera tensiones entre los periodistas encargados de cubrir estos eventos y los que tiene responsabilidad editorial y organizativa debido a que requieren de elevados recursos económicos. Por tal motivo, las negativas a llevar a cabo estas coberturas son muy comunes y, con ello, la generación de un sentimiento de desmotivación y frustración entre los reporteros. Es tal la situación dentro de las redacciones de estos diarios que, en ocasiones, los propios periodistas asumen los gastos económicos que conllevan los desplazamientos y la manutención:

Se hicieron dos coberturas este año, una a los *playoffs* de la Liga Mexicana de Beisbol con *Saraperos* a Monclova y al *UFC de Monterrey*, ambas pagadas por mí (Reportero 1, *Zócalo*).

Estas situaciones causan un punto de quiebre dentro de los equipos periodísticos en el área deportiva, cuando el reportero se siente apoyado, o no, por sus superiores en sus propuestas de cobertura informativas:

Sí causa cierta molestia, tanto para el editor como para el reportero, ya que se busca trascender, tener un material que la competencia no tenga y por cuestiones de decisiones de arriba no se prestan las facilidades (Editor, *Zócalo*).

En varias ocasiones, los periodistas entrevistados mencionaron que deben guardar “los cartuchos” para próximos eventos considerados de mayor relevancia y que deben evitar “sangrar” a la empresa con

ese tipo de coberturas, con la promesa de que se abrirán oportunidades de asistir a mejores eventos, aunque estos no lleguen, frenando así la iniciativa mostrada por los reporteros y editores dentro de su sección.

La situación mencionada en los párrafos precedentes es común para los cuatro diarios, ya que el poco apoyo por parte del medio ha obligado a los editores a pedirles a sus reporteros que frenen las propuestas de determinadas coberturas:

Me dijeron que sí a la pelea del “Tyson” Márquez y el “Gallo” Estrada en Peñasco por el campeonato Mundial; nos dijeron que no a la Asamblea de Beisbol de Culiacán y a la gira de los *Naranjeros* por Estados Unidos. Yo decidí no mandar [a un periodista] por la falta de personal (Editor, *Expreso*).

#### **4.4. Tensiones entre editores y reporteros**

Las frecuentes negativas, la falta de espacio y la poca valoración a la información generada por los periodistas del propio medio son elementos que han construido la etiqueta de que los reporteros de la sección deportiva son pasivos. Aunque esta idea ha sido asimilada como tal por los periodistas en el norte de México, quienes perciben este aspecto en su círculo profesional, casi ninguno de los entrevistados lo acepta de sí mismo. Ellos se conciben, en mayor medida, como sujetos propositivos que encuentran un sinnúmero de limitaciones por parte de su medio de comunicación a la hora de llevar a cabo su trabajo.

Sin embargo, entre los entrevistados existen voces críticas al respecto, ya que una ex reportera de *Vanguardia* cree que sus colegas son pasivos por abusar de prácticas como las entrevistas por teléfono y la utilización de boletines de prensa y, además, por una falta de planificación que permitiría generar un mejor contenido:

Es pasivo, la verdad, hay muchos que hacen las notas por teléfono a ver qué sale y no tienen un calendario de eventos, están acostumbrados a hacer la llamada para ver si les sale un evento y solo lo cubren de esa manera. Es un vicio (Ex reportera, *Vanguardia*).

La brecha entre los editores y los periodistas sin responsabilidad editorial es evidente. Si bien los reporteros proponen cubrir eventos, los editores esperan que estos tengan más iniciativa en otros aspectos, a pesar de que la escasez de tiempo y falta de recursos económicos y humanos no fomentan esta actitud entre los periodistas.

Pueden estar acostumbrados a que se les diga qué hacer. Yo creo que a lo mejor con más experiencia [...] (Editor, *El Imparcial*).

Aunque la mayor parte de los editores de los diarios analizados fueron reporteros anteriormente, hay determinados casos en los que los reporteros prefieren seguir en sus puestos en vez de intentar subir en el organigrama jerárquico por razones personales. En otras ocasiones, los reporteros reciben “ataques” de sus colegas en relación a este “posible” ascenso profesional, como lo señala la exreportera de *Vanguardia*, que además añade el posible sesgo de género al asumir que las reporteras no tienen suficiente autoridad:

Cuando hablé con él me dijo: “tú tienes miedo de editar, aquí si te equivocas y si cometes un error el director se va a enojar, te va a gritar y no sé si aguantas”, y yo me dije: “cómo voy a tener miedo si yo soy quien anda en las fuentes (Ex reportera, *Vanguardia*).

Adicionalmente, algunos reporteros rechazan o dudan aceptar cargos con responsabilidad editorial porque supone un cambio radical en sus dinámicas de trabajo, al estar acostumbrados a generar información “desde la calle” y no al interior de una redacción, lo que requiere de horarios de trabajo aún más extensos:

No lo esperaba, de hecho, estuve a punto de decir que no por los horarios de salida, y sí lo pensé. Sí me gusta mucho la “reporteada”, las salidas, las coberturas. No me arrepiento, aunque sí me tomó por sorpresa (Editor, *El Imparcial*).

Por otra parte, la falta de personal en los equipos de redacción en la sección de Deportes empuja a los medios a introducir dentro de las responsabilidades de sus empleados dobles labores, como la de “reportero-coeditor”, para la cobertura o la elaboración de contenidos extra como suplementos especiales. Una tendencia que es más una demanda del medio que una propuesta del empleado.

## Conclusiones

El ejercicio del periodismo deportivo en los principales diarios de Hermosillo y Saltillo es una práctica profesional enmarcada en una cultura periodística compleja que se enfrenta a diversas dificultades que inhiben aspectos positivos como el periodismo de investigación, la generación de contenidos propios y la realización de coberturas de eventos de forma presencial. Tanto a nivel individual como organizacional los periodistas y el sistema en el que trabajan exhiben algunos defectos que limitan la práctica profesional, tales como la escasez de recursos humanos y económicos, la priorización de los aspectos económicos sobre los editoriales, la falta de iniciativa y las presiones temporales, que sumadas a una ausencia de planeación, derivan en la publicación de información fragmentada, poco trabajada o generada por fuentes indirectas -a menudo desconocidas-.

En muchas ocasiones es el propio medio de comunicación el que moldea a ese periodista denominado como “pasivo”, impidiendo su crecimiento profesional y limitando su creatividad a partir de la falta de apoyo o reconocimiento a su trabajo. Son casi nulas las ocasiones en que los trabajos de los reporteros de los propios medios son considerados para ocupar un lugar en la portada de la sección de Deportes y, más difícil aún, en la del periódico. El trabajo del reportero de plantilla queda relegado a los interiores o, simplemente, no se publica hasta varios días después, momento en el que cuentan con espacio disponible.

Los intereses económicos de los diarios les lleva a actuar, en primer lugar, como empresas que buscan tener ganancias. Es por ello que, en un gran número de ocasiones, los altos mandos del periódico prefieren seguir generando información pobre y procedente de otras fuentes externas a los propios medios, ya que hacer lo contrario implicaría mayor inversión económica, humana y material. Por este motivo, la inversión destinada a la contratación de más personal, al incremento de la oferta de capacitación y a la realización de coberturas más complejas y costosas es muy escasa. Por los altos costos de los viáticos y viajes, los reporteros están acostumbrados a cubrir eventos “hiperlocalistas”, a hacer entrevistas telefónicas y a quedar fuera de los eventos deportivos más importantes, ya sean nacionales o internacionales.

Los editores se han convertido en cómplices de estas prácticas propuestas desde las altas instancias de los medios de comunicación. Aunque entienden las inquietudes de los reporteros, aceptan las decisiones de los directivos y, a menudo, se resignan y asumen estos dictámenes debido a la dificultad que implicaría modificar la cultura organizacional, incluyendo las dinámicas de trabajo.

A través del estudio presentado en este capítulo se pretende mostrar las principales motivaciones y obstáculos que enfrentan los periodistas deportivos pertenecientes a los medios de comunicación regionales. La configuración de la cultura periodística deportiva “pasiva” que caracteriza al periodismo regional, definida por un marcado déficit de calidad, se sustenta en la falta de recursos económicos, humanos y materiales, más escasos, si cabe, que en los medios de las grandes ciudades de México como Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México. A la carencia de recursos se unen las fuertes presiones económicas que rigen la ideología de los propios diarios y los profesionales, reporteros, editores y directivos.

A pesar de la aportación empírica de este trabajo, resulta de vital importancia profundizar en la investigación del periodismo deportivo a nivel nacional. De este modo, los investigadores contarán con los elementos analíticos y las herramientas necesarias que les permitirán comparar la diversidad profesional y cultural del periodismo deportivo mexicano.

## **Referencias bibliográficas**

- Andrade, J.; Enciso, R. y Fonseca, M. (2015). El periodismo deportivo en Nayarit: tendencia al fútbol y tratamiento de la información. *Educateconciencia*, 6(7): 54-67.
- Billings, A. (2010). *La comunicación en el deporte*. España: Editorial UOC.
- Boyle, R. y Haynes, R. (2009). *Power Play: Sport, the Media & Popular Culture*. Reino Unido: Edinburgh University Press.
- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. Londres: Sage.
- Breed, W. (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces*, 33(4): 326-335.



- Cabezas, A. (2014). La autocensura entre periodistas del nordeste de México. *Tesis de Maestría*: FLACSO México.
- Colín, J. C. (2013). *Nociones de profesionalismo de los periodistas deportivos de la Ciudad de México*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Coronado, J. (2003). La mujer y el periodismo deportivo: entre la vocación, el conocimiento y la publicidad. *Tesis de Licenciatura*. UNAM, Ciudad de México.
- Covarrubias, A. y Reyna, V, (2013). Medios sin mediaciones: los estudios inexistentes en una entidad del norte mexicano: Hermosillo. En: Castillo, E.; León, G. A. y Monte, M. (Eds.). *Generación de conocimiento e innovación para la educación y la comunicación* (pp. 201-223). Universidad de Sonora. México.
- De la Peña, G.; Gervasi, F.; Hernández, A. y Hernández, Z. (2014). Manchas de sangre: análisis de los temas en las portadas de periódicos de nota roja en Saltillo. San Luis Potosí: *Encuentro Nacional San Luis Potosí 2014 XXVI AMIC*. Memorias (pp. 578-586).
- De León, S. (2007). El empleo en los medios de comunicación. Situación de ocupación de los comunicadores en Aguascalientes. *Caleidoscopio*, 22: 71-98.
- Garrisson, B. y Salwen, M. (1998). Finding their place in journalism: newspaper sports journalists and their professional problems. *Journal of Sport and Social Issues*, 22: 88-102.
- Garrisson, B. y Salwen, M. (1989). *Professional orientations of Sports journalists*. Washington: ERIC Clearinghouse.
- Guerrero, M. A. y Márquez Ramírez, M. (2014). El modelo liberal capturado de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*, 29: 135-170.
- González, G. (2013). ¿Intelecto o imagen? Complemento para el avance del periodismo deportivo femenino. *Tesis de Licenciatura*. UNAM, Ciudad de México.
- González, R. A. (2014). 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.
- González, R. A. (2011). El periodismo mexicano: Entre la modernidad y el atraso. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 21: 11-40.

- Gutiérrez, A. y Torres, M. (2011). Narcotráfico and Mexican journalists: Challenges in the line of duty according to professional cycle life. *JRE Journal*, 6-28.
- Hardin, M.; Zhong, B. y Whiteside, E. (2009). Sports coverage: “Toy department” or public-service journalism? The relationship between reporter's ethics and attitudes toward the profession. *International Journal of Sport Communication*, 2: 319-339.
- Henningham, J. (1995). A profile of Australian sports journalists. *ACHPER Healthy Lifestyles Journal*, 42(3): 13-17.
- Hernández, M. (2016). Periodismo regional en México y violencia del crimen organizado: un diálogo académico. *Comunicación y Sociedad*, 27: 281-294.
- Hernández, M. (2010). *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, M. (2004). Periodistas escriben sobre periodismo. Zapopan. *Comunicación y Sociedad*, 2: 275-287.
- Lange, K. (2002). Sport and new media: A profile of internet sport journalists in Australia. *Tesis de doctorado*. Victoria University.
- Lemini, L. (2015). Periodismo en Coahuila, entre la violencia y el deber ser. En: Del Palacio, C. (Ed.). *Violencia y Periodismo Regional en México* (pp. 171-202): Juan Pablos Editor.
- Márquez Ramírez, M. (2015). El impacto de la violencia criminal en la cultura periodística posautoritaria: la vulnerabilidad del periodismo regional en México. En: Del Palacio, C. (Coord.). *Violencia y periodismo regional en México*. Ciudad de México: Juan Pablos Editor.
- Márquez Ramírez, M. (2012) Valores, roles y prácticas en conflicto: el papel de los periodistas mexicanos en las elecciones presidenciales del 2006. En: Rico, C. y Roveda, A. (Eds.). *Comunicación, gobernanza y ciudadanía en las Américas*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Martínez, S.; Matus, J. y Villar, H. (2009). La Condición Laboral del Periodista en Chiapas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64): 444-460.
- McGuire, J.; Murray, R. y Ketterer, S. (2015). Sports department vs. News department: editorial control in television newsrooms. *The Sport Journal*, <http://thesportjournal.org/article/sports->

[department-vs-news-department-editorial-control-in-television-newsrooms/](#) [recuperado 22.04.17].

- Meza, A. (2014). *Prácticas periodísticas en el campo cultural: un análisis de la prensa cultural de Hermosillo, Sonora*. México. Universidad de Sonora.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (2014). *Midiendo el Bienestar en los Estados Mexicanos*. México. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, OCDE.
- Pedraza Bucio, C. (2008). Fuera de lugar: La representación social del fútbol femenino en el discurso de la televisión. *Tesis de maestría*. FCPyS, UNAM, Ciudad de México.
- Puente, S. y Grassau, D. (2009). Informaciones regionales: calidad y presencia en la agenda noticiosa nacional. *Cuadernos de Información*, 25: 29-38.
- Reinardy, S. (2007). *Satisfaction vs. Sacrifice: Sports Editors Assess the Influences of Life Issues on Job Satisfaction*. Estados Unidos: J&MC Quaterly.
- Reinardy, S. (2006). *It's Gametime: The Maslach Burnout Inventory Measures Burnout of Sports Journalist*. Estados Unidos: J&MC Quaterly.
- Reese, S. (2001). Understanding the global journalist: a hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies*, 2 (2): 173-187.
- Rodelo, F. (2009). Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa. *Comunicación y Sociedad*, 12: 101-118.
- Rojas Torrijos, J. (2012). La futbolización de la información deportiva. Un estudio de caso de cuatro diarios deportivos europeos. *Comunicação & Cultura*, 13: 77-95.
- Rowe, D. (2007). Sport journalism: Still the “toy department” of the news media? *Journalism*, 8(4): 385-405.
- Rowe, D. (2004). *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*. Berkshire: Open University Press McGraw-Hill Education.
- Ruelas, S. (2009). Evolución del periodismo deportivo en México. *Tesis de Licenciatura*. UNAM, Ciudad de México.
- Salazar, S. (2011). Periodismo y Violencia: la producción de la subjetividad del riesgo en el Norte de México. *Global Media Journal*, 9(17): 63-80.

- Salgado, E. (2009). La prensa mexicana analizada en el marco de nuevas circunstancias económicas y sociopolíticas. *Comunicación y Sociedad*, 207-214.
- Santiago, A. (2001). El nacimiento del periodismo deportivo en México. *Tesis de Licenciatura*. UNAM, Ciudad de México.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4): 660-679.
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1): 110-131.
- Tunstall, J. (1971). *Journalists at work*. Londres: Constable.
- Tunstall, J. (1973). Journalism as an occupation. *The Medico-Legal Journal*, 3: 87-101.
- Zion, L.; Spaaij, R. y Nicholson, M. (2011). Profile of Australian Sports journalists. *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, 140: 84-96.