

Crónicas Deportivas desde la Óptica Femenina

Cuatro Historias

María Alejandra Camacho Elías

Trabajo de grado para optar el título de Comunicadora Social

Campo Profesional: Periodismo

Director de Tesis: William Ricardo Zambrano Ayala

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Comunicación Social

Bogotá D.C

Mayo 21- 2019

Artículo 23 – REGLAMENTO ACADEMICO PONTIFICIA UNIVERSIDAD**JAVERIANA –**

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.



PTG-E-3

Referencia: Formato Resumen del Trabajo de Grado

FORMATO RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

Título del Trabajo: Crónicas deportivas desde la óptica femenina

Autor (es): María Alejandra Camacho Elías D.I. 1047418429

Campo profesional: Periodismo

Asesor del Trabajo: William Ricardo Zambrano Ayala

Tema central: El Rol de las Mujeres en el periodismo deportivo a través de crónicas escritas y radiales a las cuatro periodistas deportivas más importantes del país. Claudia Helena Hernández, Blanca Luz Uribe, Liliana Salazar y Juliana Salazar

Palabras Claves: Mujeres, periodismo deportivo, **crónicas**, podcast, androcentrismo deportivo, sexismo informativo, comunicación digital.

Fecha de presentación: 21/05/2019

No. Páginas: 76

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivos del trabajo

Objetivo general

Lo que se pretende con este trabajo de investigación es demostrar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en Colombia a través de unos podcast a modo de Crónicas donde las periodistas cuenten sus historias de vida y sus colegas periodistas rescaten la labor que están han venido realizando a lo largo de sus años de carrera.

Objetivos específicos

- Entrevistar a las periodistas deportivas en donde dialoguemos acerca de sus inicios en el campo de los deportes y como se han consolidado sus carreras.
- Posicionar el podcast en las plataformas de Spotify, Souncloud o Speaker.
- A partir de las crónicas escritas y radiales lo que se pretende es rescatar la importancia de las mujeres en el periodismo deportivo.

2. Contenido

Capítulo I: Estado del Arte

Capítulo II: Marco Histórico

Capítulo III: Marco teórico

Capítulo IV: Ellas hablan

Capítulo V: Conclusiones

3. Autores principales

María Camila Casadiego Castro, en su trabajo me permitió ver cómo ha sido el desarrollo del periodismo femenino en Colombia en los últimos años y de esa forma entender cuáles fueron las barreras a las que se tuvieron que enfrentar las cuatro protagonistas de mi trabajo.

Carolina Restrepo Chica y Lorena Rodríguez, me brindaron una contextualización acerca de cómo está el periodismo deportivo en Colombia y como algunas periodistas deportivas han podido acabar con ese mito de que son el sexo débil y que gracias a sus conocimientos se han ido ganando un espacio en los medios de comunicación.

José Luis Rojas Torrijos, me permitió entender a través del Androcentrismo deportivo como algunos medios de comunicación aún en sus diferentes programas le dan un mayor protagonismo a los hombres que a las mujeres sin entender que gracias a las

transformaciones sociales las mujeres están en igualdad de condiciones que los hombres a la hora de informar noticias deportivas.

4. Conceptos Clave

- Periodismo deportivo
- Mujeres
- Crónica
- Podcast

Proceso metodológico

Esta investigación sigue un enfoque de tipo cualitativo, puesto que es parte de una investigación documental y se aproxima a los registros narrativos de periodistas deportivas que contarán, a través de entrevistas no estructuradas, cómo han sido sus experiencias de vida en este campo del periodismo, haciendo énfasis en las virtudes y desventajas de ser una mujer en el ámbito del deporte en Colombia.

5. Resumen del trabajo

Este trabajo de grado pretendió rescatar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en Colombia, a través de la vida de cuatro mujeres que han logrado forjar sus carreras con mucho esfuerzo y superando las barreras que se le presentaron en el camino por querer incursionar en un campo del periodismo en el que se supone solo tenían cabida los hombres.

Claudia Helena Hernández, Blanca Luz Uribe, Liliana Salazar y Juliana Salazar fueron las cuatro protagonistas de este proyecto pero además son parte fundamental del periodismo deportivo femenino en Colombia.

III. PRODUCCIONES TÉCNICAS O MULTIMEDIALES ANEXAS

1. **Tipo de producto:** Audio
2. Cantidad de soporte: 4 podcast
3. Duración del material de audio: 13´12 minutos
4. Link: <https://soundcloud.com/user-663891701>
5. Descripción del Contenido de material entregado:
Se entrega una memoria USB en donde pueden encontrar las cuatro crónicas cada una con su nombre

Bogotá, D.C, mayo 21 de 2019

Doctora

MARISOL CANO BUSQUETS

Decana Académica

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Ref. Entrega Tesis de grado final

Respetada Doctora,

Me permito anexarle mi tesis de grado titulada “Crónicas deportivas desde la óptica femenina” elaborada por María Alejandra Camacho Elías para aspirar al título de Comunicador Social con énfasis en Periodismo .La tesis de Grado fue dirigido por William Ricardo Zambrano Ayala, docente del campo de Periodismo de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

MARIA ALEJANDRA CAMACHO ELIAS

C.C. N° 1.047.418.429 de Cartagena

Bogotá, D.C, mayo 21 de 2019

Doctora

MARISOL CANO BUSQUETS

Decana Académica

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Pontificia Universidad Javeriana

Ref. Presentación del trabajo de grado de la alumna María Alejandra Camacho Elías

Respetada Doctora,

Me permito anexar la tesis de grado titulada **“Crónicas deportivas desde la óptica femenina”** elaborada por María Alejandra Camacho Elías para aspirar al título de Comunicador Social con énfasis en Periodismo.

Considero que este trabajo reúne los parámetros y condiciones exigidos por la Universidad; por lo tanto, cuenta con mi aprobación.

Cordialmente

WILLIAM RICARDO ZAMBRANO AYALA

Catedrático de la Pontificia Universidad Javeriana

Comunicación Social

Referencia: Formato Proyecto Trabajo de Grado

Código Espacio para la CTG.

FORMATO **PROYECTO** TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

IDENTIFICACIÓN María Alejandra Camacho Elías

Título del Trabajo de Grado: Charlas deportivas desde la Óptica Femenina, un podcast hecho para mujeres

Aprobado por: Nombre de Profesor Firma: _____ Nota: _____

Profesor Proyecto II: Asesor:

Campo Profesional en el que inscribe el proyecto: **Periodismo**
(Puede inscribir el trabajo en uno o dos campos profesionales o no asociarlo a ninguno)

Doble Programa: No: Si: Cual: Nombre programa.

Modalidad de Trabajo:

	Monografía Teórica		Análisis
	Sistematización Experiencias	A	Producto
	Práctica por proyecto		Asistencia Investigación

Palabras Clave: Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

Fecha Inscripción:

Estudiantes

María Alejandra Camacho Elías D.I. 1047418429

Nombres y apellidos completos D.I. número.

Nombres y apellidos completos D.I. número.

Asesor Propuesto: Andrea Aguilar

Departamento al que está adscrito el asesor: Facultad de Comunicación y Lenguaje

Información Básica

A. Problema

1. **¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?** Las mujeres en los últimos años han adquirido un gran protagonismo en el periodismo deportivo ya que por lo menos uno de cada dos programas deportivos tienen a mujeres dentro de su equipo de trabajo. Sin embargo, en algunos casos las utilizan más como un objeto o un adorno que como periodistas capaces de debatir y sustentar temas deportivos, es por esa razón que la intención con esta investigación es la creación de un producto radial digital que me permita acercar a hombres, jóvenes y niños al mundo de los deportes desde un punto de vista femenino pero sobre todo lograr que las mujeres se acerquen más a este mundo
2. **¿Por qué es importante investigar ese problema?** Dentro de esta investigación se quiere resaltar o hacer énfasis en los deportes que las mujeres logran tener una participación importante. En los productos de radio digital que existen actualmente van de la mano de un gran equipo de pre y postproducción que permiten realizar el programa, pero en este caso habrá solo una persona encabezando todos los procesos que se irán desarrollando para el adecuado funcionamiento del podcast. Por último este producto será diferente a los otros porque a pesar de que iniciara como un algo académico, se pretende llegar a consolidarlo para que además de las mujeres los hombres puedan escuchar los temas deportivos desde el punto de vista femenino.
3. **¿Qué se va investigar específicamente?** Esta investigación es relevante porque actualmente las nuevas tecnologías se toman el periodismo. Una de estas nuevas tecnologías es la radio digital o el podcast, que le da la oportunidad a las personas de elegir exactamente con que contenido prefieren quedarse y escucharlo las veces que deseen. Son varios los autores que han realizado investigaciones acerca de la relación que guarda la digitalización de la radio con el mundo de los deportes, estos han sido de gran ayuda para la elaboración de este trabajo. Por otra parte la idea de crear un podcast con contenidos deportivos pretende además demostrar la importancia de las mujeres dentro del periodismo deportivo ya que ellas en los últimos cinco años han tomado un gran protagonismo y relevancia logrando destacarse por sus capacidades para debatir y analizar todos los temas relacionados con el deporte. Uno de los textos clave dentro de esta investigación será La digitalización de la radio deportiva, publicada en el 2011 por el periodista español José Hilario Romero Bejarano. Romero Bejarano, H.J. (2011). La digitalización de la radio deportiva. Fonseca, Journal of Communication, 3, 132-152. Este texto tiene como propósito demostrar primero como la radio digital ha tomado gran protagonismo y ha ido evolucionando constantemente a tal punto que es importante entenderla como una nueva forma de comunicación en donde los espacios deportivos se han convertido en espacios claves dentro del actual espacio radiofónico. En mi investigación será clave porque me ayudara a entender la importancia y la utilidad de un espacio dedicado única y exclusivamente a los deportes, pero sobre todo me va a permitir desarrollar mi producto radiofónico para las mujeres que han vivido alejadas del tema deportivo pero que con este no solo se van a acercar un poco más si no que entenderán cada aspecto a través del femenino. Legorburu, J. M. (2004). Radio, ceros y unos: diez años de digitalización. *MEDIACIONES*, 2(4), 107-117. Este texto surge como una respuesta al proceso de evolución de la radio hacia la digitalización y las transformaciones que a la par han sufrido los mecanismos de producción en la búsqueda de calidad. El periodismo radial y sus contenidos entran a modificarse o complementarse, con nuevas herramientas audiovisuales y tecnológicas que hacen de la radio en Internet una interesante

herramienta de comunicación. Este texto será clave dentro de mi investigación porque me va a permitir entender como han sido todas las transformaciones de la radio pero sobre todo como se ha dado el paso de la radio análoga hacia la digital. Teniendo en cuenta todos estos cambios será mucho más fácil la creación de mi producto.

Restrepo Chica, C. Rodríguez Arango, L. (2015). Mujeres al camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo. Este texto es la recopilación del relato femenino en la travesía de la incursión en el periodismo deportivo. Las mujeres siempre han sido vistas como el sexo débil y vulnerable, pero hoy en día existen mujeres capacitadas para desenvolverse en cualquier campo como el de la política pero también en el periodismo deportivo en donde han adquirido gran protagonismo gracias a su profesionalismo y apropiación de los temas. Este texto me permite ver como las mujeres han derribado ese mito el cual se creía no estaban en igual de condiciones que los hombres para debatir temas deportivos, pero sobre todo para saber que las mujeres periodistas deportivas pueden sacar proyectos delante de forma exitosa como lo será mi podcast que es un producto dirigido a todo público pero en especial para aquellas mujeres que quieran acercarse a el mundo de los deportes.

B. Objetivos

1. **Objetivo General:** Lo que se pretende con este proyecto de investigación es realizar un podcast que tenga una visión femenina del deporte. **Objetivos Específicos (Particulares):**
 1. Realizar entrevistas a los deportistas en donde hablemos acerca de sus éxitos deportivos y como ha sido todo el proceso de construcción de sus carreras.
 2. Posicionar el podcast en las diferentes plataformas digitales como Spotify, iTunes o Speaker.
 3. Demostrar la capacidad que tenemos la mujeres para informar cualquier tema relacionado con los deportes.
 4. Diseñar una parrilla de programación bien estructurada en donde se planifique exactamente qué tipo de entrevista se le va a realizar al o a los personajes invitados en cada programa.

Fundamentación Teórica y Metodológica

A. Fundamentación Teórica

1. **Estado del Arte ¿Qué se ha investigado sobre el tema?** La mirada central de esta investigación es la realización de un podcast que permita que las mujeres se acerquen más al mundo de los deportes, a través de la visión femenina que una periodista mujer tenga acerca de este. Para eso es necesario que tipo de productos similares o diferentes se han hecho acerca de este tema, pero sobre todo que literatura se ha venido desarrollando acerca de este tema que en los últimos años ha permitido la evolución de los medios de comunicación tradicionales.

En Romero Bejarano, H.J. (2011). La digitalización de la radio deportiva. Fonseca, Journal of Communication, 3, 132-152. El texto tiene como objetivo principal valorar las diferentes posibilidades que tiene los nuevos modelos de difusión y recepción de radio digital, Dentro de su investigación el autor se pregunta si teniendo en cuenta la aparición de las nuevas tecnologías y la importancia que estas están teniendo en relación con los medios de comunicación, es necesario seguir llamando a los medios por su concepto tradicional teniendo en cuenta que estos ceden cada vez más mayor protagonismo al de sistemas digitales multimedia.

Este texto será útil en mi investigación ya que está haciendo primero un recuento de como la radio ha evolucionado con los años con la aparición de una herramienta como el internet que sin lugar a dudas se ha convertido en el principal aliado de la radio digital. Mi proyecto de investigación se trata de crear un programa de radio digital, un podcast que dentro de su contenido se enfoque principalmente en los deportes y que le dé la oportunidad a aquellos que anteriormente no tenían ningún vínculo deportivo de acercarse a este mundo, pero sobre todo que con el podcast lo puedan hacer en el momento que prefieran e incluso llegar a compartir el contenido que este tenga. Este texto me permitió a mí sobre todo a entender como se ha venido dando esta evolución y como yo puedo lograr crear mi programa sea de forma original, porque solo habrá una persona encargada de la pre y postproducción del programa, de igual forma será quien se encargue de todo el proceso de reporteria e investigación para tener la más completa información deportiva, se implementara un estilo propio autentico que no copie el estilo de los otros programas radiofónicos digitales que actualmente ya están posicionados, la estructura temporal de los programas se dividirán en bloques de 5 minutos para así evitar que el público se aburra y de esa forma captar nuevamente la atención de los oyentes.

Bermeo Castro, A. F. (2016). *Propuesta de una radio deportiva online emitida desde Ecuador (Universidad del Azuay)*. Este autor aborda el texto haciendo una explicación sobre como a partir de la cultura digital se ha venido cambiando el consumo de los medios de comunicación. A partir de esos procesos los periodistas se han visto obligados a sumergirse en el mundo digital y formarse en nuevos campos como lo es la red de redes. La radio se ha ido adaptando poco a poco a la red pero en cuanto a su contenido no se ha visto un gran cambio, que incluso siguen siendo un poco tradicionales en donde no toman en cuenta las nuevas demandas y necesidades de la era digital.

Esta tesis de grado le hace un gran aporte a mi investigación porque mi proyecto se basa principalmente en la creación de un podcast con contenidos deportivos dirigidos a todo el público sin importar que se trate de hombres, niños o mujeres. En este caso en particular uno de mis objetivos principales es lograr que el público femenino se acerque al mundo de los deportes y que alguna forma se pueda lograr una conexión especial para que le tomen cariño bien sea a una o varias de las disciplinas que se pueden encontrar en el mundo deportivo. Por otra parte esta tesis me permitió entender cuáles son los cimientos para la construcción de una radio digital y claro está para la realización de un podcast con contenidos deportivos, que finalmente es el objetivo de mi trabajo de investigación.

Infante, P., & Paola, G. (2012). *El podcast como herramienta de comunicación del Comité Olímpico Colombiano*. La autora de esta tesis aborda su investigación hablando acerca de la legislación deportiva vigente y la estructura de los organismos del sector asociado al deporte en el país. Por otra parte hablo acerca del decreto 1228 de 1995 en donde se explica que los organismos como clubes deportivos, clubes promotores, clubes como deportistas y federaciones deportivas están sujetas a la inspección, vigilancia y control por parte del Estado en integrantes del Sistema Nacional del Deporte. La propuesta de la autora radica fundamentalmente en la creación de un instrumento como el podcast que sirva como herramienta de comunicación organizacional aplicada al Comité Olímpico Colombiano en donde se tenía como objetivo principal consolidar una política de comunicación acorde con la estructura y las metas que tenía una organización como lo es el Comité Olímpico Colombiano.

En este proyecto de grado se pretendía crear una herramienta de comunicación como lo es el podcast en este caso con el propósito el trabajo del área de comunicación del Comité Olímpico y que de esa forma se pudiera fortalecer la dinámica de la estructura dentro de la organización, pues bien esto me permite a mí las fortalezas que tiene una herramienta como el podcast que así como en ese caso sirvió para fortalecer el Comité Olímpico a mí me va a dar la posibilidad de mejorar y engrandecer el concepto de los deportes que tienen muchos, y en especial las mujeres para que entiendan que por ejemplo en el caso del futbol o del básquet no se trata de ver quien anota más goles o de cuantos balones se

introducen en la canasta sino de algo que es capaz de despertar todo tipo de emociones bien sea positivas o negativas.

Barrero Muñoz, J., & Revilla Guijarro, A. (2012). *Fin de la discriminación del deporte femenino en los medios a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación con la creación del programa de radio " SDF: sólo deporte femenino". In Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género. Sevilla, 5, 6 y 7 de Marzo de 2012. Dir. Juan Carlos Suárez Villegas; comité organizador Irene Liberia Vayá y Belén Zurbano Berenguer (pp. 1943-1967). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.* En el año 2012 se llevó a cabo este congreso con el firme propósito de crear una cultura de igualdad en los medios de comunicación para que en el futuro serán los informadores, redactores, jefes y editores en los medios de comunicación estrados básicos en la creación de cultura social, también es fundamental en ese proyecto el apoyo hacia el deporte femenino. A partir de esta iniciativa varios medios de comunicación han querido también darle espacio a las mujeres con secciones dirigidas por periodistas mujeres en donde dedican sus espacios a deportes femeninos, como es el caso del diario As uno de los medios de mayor trascendencia en España quienes crearon una sección llamada “nosotras” un espacio dedicado a ellas solamente. Otro de los grandes objetivos del congreso radica básicamente en la creación de una cultura de igualdad en la sociedad y del deporte femenino, esto debe darse desde todos los entornos que sea posible: deportistas, federaciones, estudiantes de periodismo pero sobre todo en los medios de comunicación en donde se les está dando mayor protagonismo a las mujeres.

Uno de los objetivos de mi trabajo de investigación es demostrar la capacidad que tenemos las mujeres para informar cualquier tema relacionado con los deportes, y este congreso precisamente lo que buscaba era precisamente eso darle la importancia a las mujeres desde que están en la universidad formándose como periodistas hasta cuando ya son unas profesionales consagradas y desde sus trabajos logran no solamente abrirse camino por sus propios medios sino que además logran crear espacios dedicados única y exclusivamente a ellas , a los deportes en donde ellas son protagonistas.

Pérez Alaejos, M. D. L. P. M., & López Merayo, A. (2013). *Entre ondas y bits: el podcasting en las redes nacionales de radio españolas. Revista Comunicação Midiática, 8(3).* Los autores de este artículo se han dado cuenta que de todos los estudios que se han realizado en torno a los medios masivos, la radio es la que menos ha sido analizada y menos como ha sido el funcionamiento de esta en la era digital. Y es que cuando se hacen investigaciones relacionadas con la radio se hace desde el punto de la producción de contenidos o de los géneros radiofónicos y el lenguaje sonoro y su aplicación. La radio se encuentra en un momento complicado por cosas como la digitalización, la radio en internet y el cambio en las formas de consumo provocado por el reflejo que este tiene en la red.

Para poder iniciar con la creación de un podcast es necesario poder entender cuáles son las diferencias entre la radio análoga y la radio digital. En mi caso en particular debo entender cuáles son las características de una radio digital ya que es eso precisamente lo que voy a crear un programa que ira dirigido a ese público que está acostumbrado a escuchar lo que se encuentren en la red, porque estamos en un momento en donde se están ofreciendo nuevos contenidos desde las plataformas en la red como son los podcast, con el firme propósito de cuantificar los contenidos desde la red al oyente y por supuesto analizar estos nuevos formatos que al igual que el yo estoy proponiendo son la radio del futuro inminente.

Cuadrado Camargo, J. C. (2013). *Encapsulados: comunidad de diversión, recreación y deporte: piloto de página web deportiva alternativa.* Esta investigación di inicio recopilando toda la información posible acerca de sitios, instituciones y temas que se desarrollaran sobre el deporte y la recreación en Bogotá. Pero sobre todo se hizo un especial énfasis en las páginas web que manejan estos temas relacionados con el deporte. Por otra parte se hizo un seguimiento especial a los programas sociales y

comunitarios que se realizan en las localidades de Bogotá a través de los establecimientos como Instituto Distrital de Recreación y Deporte, de igual manera la forma en que el Distrito se encargó de hacer visible estas iniciativas. Teniendo estas premisas claras el autor decidió crear una plataforma digital o un producto donde pudiese crear una comunidad del deporte y de recreación web, dándole paso así a Encapsulados una alternativa que estaría al alcance de todos por medio de las redes sociales como YouTube, Facebook, Twitter y Souncloud.

El propósito de este trabajo de investigación era principalmente darle al deporte la importancia que merece pero sobre todo entender la importancia de su práctica para la vida del ser humano. Este fenómeno debe ser analizado desde las diferentes áreas del conocimiento y con la perspectiva de varias personas, es por eso que la mejor forma para comprenderlo es crear un producto donde su explicación sea de fácil comprensión pero sobre todo aquel que esté interesado en entenderlo pueda tener acceso a él. Sera de gran aporte a mi investigación ya que al igual yo, tuvo en cuenta que las nuevas plataformas digitales e interactivas son cada vez más comunes en nuestro entorno social y cultural de donde se desprenden varias posibilidades pero sobre todo en donde los mensajes y la información están en constante cambio.

González, M. J., & Salgado, C. (2009). *Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting. Comunicar, 17(33)*. La intención de las escritoras con este artículo es determinar las transformaciones y los reajustes de forma de contenido y disposiciones que representan el conjunto de radio pública, radio nacional de España dentro del grupo empresarial público, Radio televisión española, como consecuencia de la implantación y desarrollo de esta radio en Internet. Esta investigación tiene tres grandes objetivos el primero es el podcasting como sistema distribuidor, el segundo es regular programas de audio grabados a través de internet que pueden transferirse a un reproductor portátil para escucharlos en cualquier momento.

El aporte que este texto le da a mi investigación es principalmente entender como ahora los archivos sonoros convertidos en podcast son los precursores de instaurar una nueva radio en internet. A partir de esto con la creación de mi podcast mi intención es tratar de llegar a aquellos que están inmersos en este nuevo servicio de individualización comunicativa en donde se está originando la nueva forma de consumo de contenidos que está al alcance de todos y quienes tienen la posibilidad de elegir en este caso mi producto enfocado hacia el mundo de los deportes o si prefieren elegir otra producto de radiodifusión sonora que este circulando en la red.

Meneses Salgado, N. A. (2015). *Usos del podcast como herramienta comunicativa en las organizaciones: propuesta de un podcast corporativo para OCP Ecuador SA en el año 2014*. Este proyecto de investigación tiene como firme propósito el uso del podcast como herramienta comunicativa en las organizaciones, en este caso en particular el Oleoducto de Crudos Pesados. Para esta organización se volvió de vital importancia la vivencia comportamental de los valores inscritos en su filosofía, y más allá de tareas que respondan directamente a las responsabilidades de su cargo, se consideró la necesidad introducir espacios en su cultura que sirva para crear ambientes de interés común y que formen aspectos como la diversidad, la recreación y la familiaridad. Es por esa razón que se crea un podcast musical para que de esa forma se encontrara una herramienta que motivara a los empleados a la realización de sus labores con más ganas y actitud.

A pesar que en este trabajo no se esté hablando nada en relación a los deportes como si lo es en mi caso, acá lo que se pretende es crear una herramienta de comunicación un podcast que anime a los empleados de una empresa, lo que yo pretendo con mi investigación es lograr que todos aquellos que permanecen alejados de los deportes o que simplemente no les interese logren encontrar algo en mi producto con lo cual se puedan sentir identificados pero sobre todo que logre engancharlos y sientan la necesidad de estar enterados del acontecer deportivo.

Ruiz, B. C., & Pazos, A. B. EL PODCASTING EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLES. Este texto hace especial énfasis en que en el año 2004, las nuevas tecnologías ofrecieron la posibilidad de distribuir contenidos audio que podían ser escuchados en aparatos portátiles, teléfonos celulares y computadores se dio inicio al despegue de un nuevo concepto que revoluciono el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación. Ese nuevo concepto que por aquel entonces revoluciono se le conoce como el podcasting, el cual es un método de distribución de archivos multimedia de audio en formato mp3 que se puede descargar de internet y desde cualquier dispositivo sea computador o celular.

Este fenómeno que se ha tomado el mundo en los últimos años, es lo que me va a permitir a mi crear mi producto teniendo en cuenta que este se ha convertido en un nuevo medio dentro de internet que permite en cierta forma salirse de la red y porque no colarse en la vida de todos aquellos que estén interesados en escuchar su contenido pues le da la posibilidad a los oyentes de que los acompañe en cualquier momento y circunstancia de la vida, pero sobre todo para aquellos que estén dispuestos a descubrir un nuevo mundo que en el caso de mi podcast son los deportes.

En Pedraza Bucio, C. I. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. *Derecho a comunicar*, (4), 46-69. El autor quiere demostrar con argumentos reales lo difícil que se ha convertido la presencia de las mujeres dentro del periodismo deportivo y que en los últimos años se ha hecho aún más notorio dentro de los medios de comunicación. Actualmente vemos como como por ejemplo en los campos de fútbol son los niños quienes están jugando pero sobre todo están bajo la atenta mirada de sus entrenadores hombres, e incluso aquellos que analizan el partido también son periodistas hombres quienes están discutiendo jugadas polémicas o hasta incluso están entrevistando a los protagonistas del deporte que en la mayoría de los casos se trata de hombres. Si miramos las organizaciones deportivas todas o casi todas están dirigidas por varones, y es que por donde se analice está claro que hay un gran dominio de los hombres en el ámbito deportivo. En mi investigación y la posterior creación de mi producto ese es un tema precisamente que quiero cambiar pues voy a demostrar que las mujeres periodistas deportivas estamos en la misma capacidad que tienen los hombres para analizar, debatir pero sobre todo para sentarse con ellos en las mismas condiciones a realizar el mismo trabajo. Esto lo hare con la realización de mi podcast en donde seré yo en mi calidad de periodista mujer quien logre satisfactoriamente un producto de calidad con contenido dedicado 100% a los deportes.

Covarrubias, R. (2009). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco. *Razón y Palabra*, 14(69). Este artículo demuestra como en México aún consideran que la mujer la única función que puede cumplir dentro de un programa deportivo es la de realizar entrevistas poco trascendentes o simplemente tenerlas como un objeto sexual dentro del programa. Eso si este tipo de situaciones no solo se presentan en los programas deportivos sino también en otra clase de programas en donde discriminan a las mujeres. Para algunos periodistas mexicanos como Luis Peña y Carlos Godínez consideran que la mujer vende y es que al ver una mujer atractiva en la televisión muchas veces es sinónimo de mejorar los niveles de audiencia y más aún si la integras a un programa deportivo.

Lamentablemente este fenómeno no solo está sucediendo en México si no en varios países en donde no valoran la capacidad que tienen las mujeres para apropiarse de los temas deportivos. Existimos mujeres que realmente amamos el periodismo deportivo y estamos en igualdad de condiciones con los hombres a la hora de debatir acerca de los deportes, y constantemente tenemos que luchar para demostrar exactamente de qué estamos hechas. En algunas ocasiones las mujeres tenemos cierta ventaja sobre los hombres a la hora de realizar las entrevistas ya que los deportistas se sienten más tranquilos y en confianza. Una de las metas que quiero lograr con mi producto es no solo consolidarlo como una herramienta de comunicación efectiva sino que además demostrar que a las mujeres que

realmente nos apasiona todos los temas deportivos como a mí , podemos no solo realizar un podcast si no cualquier ejercicio periodístico que esté relacionado con el mundo de los deportes.

Barranda Andújar, C. S. (2014). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. Cuadernos de psicología del deporte, 14(1), 91-102. Este artículo tiene como objetivo principal analizar cómo es la imagen que la prensa deportiva española transmite de las mujeres pero sobre todo como ha evolucionado desde 1979 hasta el año 2010. Es por eso que se realizó un análisis de las informaciones en donde por lo menos una mujer era noticia en los cuatro periódicos deportivos de mayor circulación. Y dentro de esta información se analizaron a los protagonistas sean hombres o mujeres y se examinaron siete variables para determinar los perfiles de la mujer que protagonizan las informaciones: número de protagonistas por información, genero, si es protagonista principal, la ocupación, su función en la información, la relaciones familiares mencionadas, como se presenta a esa persona en la información y si está directamente citada en el artículo. En general se distinguen dos perfiles de mujeres que protagonizan la prensa deportiva: la propia del 'Ámbito Deportivo', y "otras" que se han dado en llamar 'Invitadas', por lo general familiares, parejas, famosas o aficionadas. Se observa un aumento de la presencia de estas últimas a lo largo del tiempo lo que produce un aumento de la invisibilidad de las deportistas.

Como periodista deportiva que va a construir un medio de comunicación como el podcast es importante saber cuál es la imagen que los otros medios de comunicación transmiten de las mujeres y así poder analizar las ventajas y desventajas que estamos teniendo delante del Publio para no volver a cometer los mismos errores si no hacer todo lo posible para enaltecer la imagen de la mujer como tal pero sobre todo de la periodista deportiva que lucha constantemente por abrirse camino dentro del difícil camino del periodismo deportivo.

En el año 2012 la Universidad Europea de Madrid realizo la primera jornada de periodismo deportivo femenino. Allí participaron periodistas de los medios más importantes españoles como es el caso de Silvia Barba periodista de la cadena televisiva TV3 quien conto acerca de su experiencia de trabajar en el mundo deportivo cuando España estaba siendo protagonista en todas las disciplinas. Silvia decía que para ella es un placer pues ama realmente su trabajo y siempre seño con ser periodista deportiva en especial le ha dedicado gran parte de su trabajo al fútbol pero ese año cubrió los Juegos Olímpicos en Londres en donde tuvo la oportunidad de conocer a las grandes protagonistas que durante aquella competición fueron las mujeres. Mujeres que tuvieron que pasar por grandes retos para poder alcanzar sus metas. Desde muy pequeña supo que definitivamente lo suyo era el periodismo pues siempre estaba jugando a presentar y claro sumado a su pasión por el futbol hizo de su vida la mejor combinación.

A pesar que el periodismo deportivo se considera en muchos casos como un trabajo solo para hombres, Silvia se considera una afortunada por todos los logros alcanzados pero definitivamente es cuestión de trabajo. Es por eso que a partir de ahí no importa si quiere ser periodista deportiva o construir una casa si le pones pasión.

Gemma Santos asegura que al iniciar en el periodismo deportivo a sus 18 años eran muy pocas las mujeres e incluso a todos les llamaba la atención que una mujer pudiese saber de futbol eso si con el tiempo han ido creciendo y abriéndose camino poco a poco. Gemma asegura que nunca en alguna redacción se ha encontrado con un comportamiento machista, aunque si alguna vez la audiencia la ha criticado por su condición de mujer.

2. Marco Conceptual ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?

Periodismo Deportivo- Rojas-Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Correspondencias & Análisis, (4), 177-190.: El periodismo deportivo sobresale

como una modalidad informativa de alto impacto social por la universalidad de la materia abordada y, al mismo tiempo, por su gran arraigo internacional. Este campo periodístico se ha convertido en un terreno innovador y de extraordinario dinamismo, caracterizado por su continua exploración de nuevas formas de contar historias aprovechando las nuevas tecnologías digitales.

Podcast- Solano Fernández, I. M., & Sánchez Vera, M. D. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 2010,(36): 125-139.: Un podcast es un archivo digital de audio, aunque también puede ser de video (vodcast) que puede ser distribuido por Internet y que está vinculado a sistemas de sindicación RSS que permiten su revisión automática y periódica. El contenido del podcast es variado, pero normalmente incluye conversaciones entre distintas personas y música.

Empoderamiento Femenino- Pérez Villar, M. D. L. Á., & Vázquez García, V. (2009). Familia y empoderamiento femenino: ingresos, trabajo doméstico y libertad de movimiento de mujeres chontales de Nacajuca, Tabasco. *Convergencia*, 16(50), 187-218. : El empoderamiento se define como el aumento en la capacidad de las mujeres para ampliar sus opciones de vida y tomar sus propias decisiones. Puede ser visto en tres dimensiones: personal, relaciones cercanas y colectivas. Varios estudios han señalado el desigual avance en éstas y la mayor dificultad de transformar la dimensión de las relaciones cercanas.

B. Fundación Metodológica

1. ¿Cómo va a realizar la investigación? Los objetivos se irán alcanzando conforme se vaya desarrollando todo el proyecto, primero antes de diseñar el podcast es importante diseñar la parrilla de programación para que de esta forma a la hora de convertir el producto en una realidad pueda llegar a convertirse en todo un éxito. Luego de realizar el proceso de edición de las entrevistas y tener claro cuáles son los elementos con los que voy a contar para hacer el montaje del podcast, entonces estará listo para subir a las plataformas digitales más importantes y así lograr una consolidación que permita no solo ser escuchado en Bogotá sino en cualquier parte del país.

La metodología que se va a manejar en esta investigación es de tipo cualitativa ya que se harán registros narrativos en donde los deportistas van a contar a través de entrevistas no estructuradas en donde estos nos cuenten como han sido sus experiencias de vida privada pero sobre todo cuales son las virtudes o desventajas de ser un deportista en Colombia. Como la misión principal de este proyecto es la creación de un producto hecho de mujeres para mujeres, dentro de estas entrevistas será de gran utilidad contar con la participación de deportistas mujeres para que puedan hablar acerca de lo difícil que es ser una deportista mujer en un país como el nuestro, pero sobre todo desde su rol como mujer.

La recolección de datos y el trabajo de campo son vitales para la realización de esta investigación pero sobre todo para las entrevistas que irán consignadas en el podcast. Primero hay que utilizar unas fuentes primarias y recolectar todos los datos posibles a la hora de seleccionar los temas del podcast y para eso es necesario preguntarle al público por medio de encuestas que es exactamente el tipo de entrevistas que le gustaría escuchar dentro de este producto o cual sería el contenido de su preferencia para quedarse con este podcast y no buscar otro.

Primero hay que tener muy claro que es un Podcast y a partir de ahí diseñar como sería este producto innovador, implementar estrategias que permitan enganchar al público en esta producción. Luego empezar a planificar exactamente que va a ir incluido dentro de cada uno de los programas a partir de ese momento estará todo listo para empezar a grabar y cuando vayan tomando forma para que puedan consolidarse habría que tener dos programas semanales y ahí si se debe difundir por medio de las redes sociales para darlo a conocer.

Antes de iniciar con este proyecto era importante hacer una investigación previa para saber si alguien había realizado un proyecto como este con el mismo enfoque y ya teniendo estas variables se empezaría a trabajar. Sabiendo que no había rastros de un proyecto como este se dio inicio a esta investigación que tiene el firme propósito de realizar un Podcast con contenidos deportivos desde la visión femenina.

2. Cronograma. ¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?

Semana 1: Implementación de encuestas para saber las preferencias del público.

Semana 2: Trabajo de investigación acerca de los deportistas que están siendo importantes.

Semana 3: Primeras pruebas sobre cómo sería la producción del programa.

Semana 4: Grabación de lo que podría ser el programa piloto.

Semana 5: Con el trabajo de investigación realizado se inicia un primer acercamiento con el deportista.

Semana 6: Se define el nombre del programa y se graba un programa piloto.

Semana 7: Con la participación de un deportista se realizara la grabación del programa piloto original.

Semana 8: Luego de realizar las pruebas se da inicio a la grabación del primer podcast con la presencia de un deportista.

Semana 9: A partir de ese primer programa se toman en cuenta los errores que se cometió, se corrigen y se empieza a planificar el segundo podcast.

Semana 10: Con las correcciones establecidas se rediseña nuevamente la parrilla de programación y se busca el protagonista de el siguiente podcast.

Semana 11: Se da inicio a la grabación del segundo programa con otro invitado que este en la órbita por sus logros recientes.

Semana 12: Se grabara un programa totalmente en vivo para aquellos que aún no han escuchado los dos podcast anteriores.

Semana 13: Empezaremos con la preproducción del tercer programa que volverá a ser un podcast como los dos anteriores.

Semana 14: Se graba el tercer podcast pero esta vez será con la presencia de una deportista mujer que este teniendo éxito en el momento.

Semana 15: El cuarto programa estará listo para compartirlo con todos los que se han interesado en mi producto e incluso con aquellos que aún no lo han hecho.

Semana 16: Se concluyen los podcast con la grabación del último que contara con la presencia de una periodista deportiva que nos cuente como ha sido su recorrido en el periodismo deportivo.

Semana 17: Involucrar los programas en las diferentes plataformas digitales y compartirlo en las redes sociales.

3. Bibliografía básica:

- ROMERO BEJARANO Hilario José. La digitalización de la radio deportiva. Fonseca *Journal of Communication*. Sevilla España. Diciembre 31 de 2012. P 132.152.
- PIERO KARMA. Podcasting, otra forma de oír la radio. *En pocas palabras resumen en castellano*. Barcelona España. Julio-Agosto de 2005. P 1-4.
- BERMEO CASTRO Adrián Felipe. *Propuesta de una radio deportiva online emitida desde Ecuador*. Cuenca Ecuador. 2016. Tesis para la obtención del título de licenciado en Comunicación Social y Publicidad.

- PEREZ INFANTE Gina Paola. El podcast como herramienta de comunicación del comité olímpico colombiano. Bogotá Colombia. 2012. Tesis para la obtención del título de comunicador social en la Pontificia Universidad Javeriana.
 - BARRERO MUÑOZ José, REVILLA GUIJARRO Almudena. *Fin de la discriminación del deporte femenino en los medios a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación a través de la formación en cultura de igualdad del alumnado de comunicación con la creación del programa de radio SDF: solo deporte femenino*. Libro de Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género. (pp. 1943-1967). Sevilla: Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
 - LOPEZ MERAYO Alejandro, PEREZ ALAEJOS María de la peña Mónica. *Entre ondas y bits: el podcasting en las redes nacionales de radio españolas*. Julio de 2013.
 - CUADRADO CAMARGO Juan Camilo. *Encapsulados: comunidad de diversión, recreación y deporte: piloto de la página web alternativa*. Bogotá Colombia noviembre de 2013. Tesis para obtener el título de comunicador social en la Pontificia Universidad Javeriana.
 - GONZALEZ Julia, SALGADO Carmen. *Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting*. Marzo 30 de 2009.
 - MENESES SALGADO Nicolás Alejandro. *Uso del podcast como herramienta comunicativa en las organizaciones: propuesta de un podcast corporativo para OCP Ecuador SA en el año 2014*. Quito Ecuador. Abril de 2015. Tesis para obtener el título de psicólogo en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
 - CORREYERO RUIZ Beatriz, BALADRON PAZOS Antonio. *El Podcasting en los medios de comunicación españoles*. Febrero de 2007. P 154-169. 8 Congreso de Periodismo digital.
 - PEDRAZA BUCIO Claudia Ivette. *Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes*. Enero-Abril 2012. Revista Derecho a Comunicar. P 46-69.
 - COBARRUBIAS Ruth. *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco*. Julio- Agosto de 2009. Revista Razón y Palabra. P 1-16.
 - BARRANDA ANDUJAR Clara. *Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles*. Murcia, España noviembre 29 de 2013. Cuadernos de psicología del deporte. P 92-102.
 - LA PRIMERA JORNADA DE PERIODISMO DEPORTIVO FEMENINO. Madrid, España. 2012. Material audiovisual disponible en YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SnTKpQducs8>
4. **Presupuesto (Sólo para trabajos con producción).** Para la realización de las entrevistas que harán parte de los podcast será necesario la ayuda de Grabadora Sony de voz digital con una memoria USB integrada- ICD-PX470 que tiene un costo \$ 198.542 pesos colombianos. Esta será la única herramienta que tendrá un precio pues la grabación del programa ser hará dentro de las instalaciones de la Pontificia Universidad Javeriana.

Agradecimientos

Primero quiero darle las gracias a Dios ya que sin él no se mueve una sola hoja en este mundo. A mi mamá y a mi papa por todos sus esfuerzos durante estos años de estudio pero sobre todo por apoyarme en el momento más difícil cuando decidí cambiarme de carrera e iniciar Comunicación en el 2015 sin su apoyo esto jamás hubiese sido posible, hoy puedo decir que por fin lo logre y que este triunfo es para ustedes porque son mi mayor motor.

Rafy, hermanito tus consejos y apoyo fundamental fueron vitales para iniciar mi nuevo camino. Los cuatros años que vivimos juntos fueron increíbles y disfrute al máximo cada segundo que compartimos.

Olgui, contigo la palabra gracias se me queda pequeña y es que todo el amor que me das no tiene con qué pagarse pero entonces le pido a Dios que te pueda tener en mi vida para siempre.

Tía Ele, gracias por ser mi fan número uno y apoyarme en todo momento con todo el amor que siempre tienes para darnos a todos los que te rodeamos y tenemos el privilegio de tenerte en nuestra familia.

Gracias a Adry por todo el apoyo y compañía que me brindaste cuando me vine a vivir a Bogotá, a mi tía Yoly por lograr que pudiera vivir en la casa de la señora Olga que fue sin duda una persona muy especial que me cambio la vida para siempre. Tío William gracias por todo tu apoyo pero sobre todo gracias por ser un miembro de familia único.

Tío Eduardo, tía Beatriz y tío Pacho gracias por siempre estar tan pendientes de mí durante todo este proceso y por brindarme todo su apoyo.

Amparito y Rebe gracias por convertirse en mis mamas aquí en Bogotá y por brindarme su ayuda cuando más las necesite. Esta tesis también se las dedico a ustedes que han sido parte fundamental en mi crecimiento personal y profesional.

No puedo dejar de dar las gracias a mis Leonas Rugientes por escucharme y apoyarme en todo momento cuando más lo necesite.

A mi querido tutor William Zambrano por creer en este proyecto, por su paciencia y por toda la ayuda brindada a lo largo de este tiempo, sin él nada de esto hubiese sido posible.

A mis queridas protagonistas , Claudia Helena , Blanca Luz , Juliana y Liliana quienes me abrieron su corazón y me contaron de una manera espectacular como ha sido todo su camino dentro de este mundo del periodismo deportivo. Todas las adversidades y logros que han tenido durante todos estos años y que las convirtieron en las mejores periodistas deportivas de Colombia.

Y por último le quiero dar las gracias a mi hermano del alma y mejor amigo Juan Camilo Ochoa por todos sus consejos y la ayuda brindada cada vez que debía hacer el horario o cuando estaba desesperada por alguna razón siempre su tranquilidad me devolvía la paz. Gracias mi nene.

Tabla de Contenido

Introducción.....	1
 PRIMER CAPITULO	
Estado del Arte.....	6
 SEGUNDO CAPITULO	
Marco Histórico.....	10
2.1 Nace el Periodismo Radial.....	10
2.2 Inicio de las transmisiones deportivas.....	13
2.3 Nacen las cadenas radiales Caracol, RCN y Todelar.....	14
 TERCER CAPÍTULO	
Marco Teórico.....	24
3.1 Mujeres, periodismo y deporte.....	24
3.2 Dominio masculino.....	25
3.3 Androcentrismo deportivo.....	26
3.4 Discursividad androcéntrica.....	27
3.5 Sexismo informativo.....	28
3.6 Masculinización.....	30
3.7 Sobrerrepresentación.....	30
3.8 Desprofesionalización de la mujer.....	31
3.9 Géneros Periodísticos.....	31
3.10 La crónica.....	36
3.11 Periodismo digital.....	37

3.12	El podcast.....	38
------	-----------------	----

CUARTO CAPITULO

Ellas Hablan.....	40
--------------------------	-----------

4.1	La dama azul.....	40
-----	-------------------	----

4.2	La niña que entrevisto a Pele.....	46
-----	------------------------------------	----

4.3	Liliana Salazar, del laboratorio al estadio.....	54
-----	--	----

4.4	Juliana Salazar , la reina de la radio.....	59
-----	---	----

QUINTO CAPITULO

Conclusiones.....	65
-------------------	----

Referencias Bibliográficas.....	71
---------------------------------	----

Introducción

La perspectiva de género y las luchas feministas de las últimas décadas han tocado todos los espacios de organización social. Muchos de los espacios dominados y adjudicados a los hombres han ido dando espacio, con mayor o menor resistencia, a la mujer. Uno de esos ámbitos tradicionalmente estereotipados y de acceso restringido es el deporte. Allí, las mujeres han sido excluidas, cuestionadas y subvaloradas por siglos.

Tan persistente y longeva es la exclusión, que imaginar mujeres informadas o practicantes de deportes sigue siendo considerado con extrañeza o, por lo menos, con sorpresa. Para los hombres este fenómeno siempre trae sospecha y pone en cuestionamiento la capacidad femenina para entender, hablar y hacer deporte, sobre todo cuando se trata de los deportes más masculinos, rudos y agresivos.

El deporte, entonces, se presenta como un espacio androcéntrico en el que la distribución social de su saber y su hacer se centra en hombres que juegan entre hombres, para ser vistos por hombres y ser comentados por otros hombres. Es decir, se trata de un espacio de hombres por y para otros hombres. Así, el periodismo deportivo sigue la misma lógica del deporte androcéntrico. Si bien las mujeres han ido abriéndose lugar entre los comentaristas y especialistas del deporte y han comenzado a tener una visibilidad antes impensable, su voz no tiene el mismo peso que la de un hombre y es constantemente subvalorada y evaluada.

Uno de esos aspectos del periodismo deportivo androcéntrico o del sexismo informativo, es que la distribución periodística de la noticia deportiva es mayormente presentada por hombres. Si bien uno de cada dos programas deportivos tiene a mujeres dentro de su equipo de trabajo, es preciso evaluar críticamente cuál es el rol de la mujer en el medio, qué contenidos presenta, qué

deportes se asocian, entre otros. Muchos de esos espacios donde terminan por relegar a las mujeres a ciertos tipos de deportes (más “femeninos”), a abrir accesos a cierto tipo de mujeres (demandándoles la profesionalización y especialización deportiva o sencillamente requiriéndoles que sean bellas para el medio) o por darles una participación menor ya sea desde el tipo de cargo que pueden asumir o desde el tiempo que tienen al aire (donde no pueden decidir los contenidos, su prioridad y los deportes que serán noticia).

El condicionamiento de su participación a partir de aspectos “estéticos” termina por cosificarse e instrumentalizar el acceso de las mujeres al medio con el fin de aumentar el ranking del medio. Un ranking que está mediado por la masculinidad hegemónica, es decir, la mujer puede y debe entrar en el espacio deportivo para estar a la medida del hombre: mujer para el gusto de hombres heterosexuales, mujer que habla de deporte como hombre, mujer que lee como hombre y mujer que presenta y entiende el deporte como hombre. Y, sin embargo, no puede comportarse y terminar pareciendo un hombre, pues no puede dejar de parecer mujer: no puede dejar de ser la feminidad que sirve al consumo de la masculinidad hegemónica.

Así, el problema que se plantea es el de la participación de las mujeres en el ámbito deportivo desde el punto de vista de su acceso, la paridad, su voz, su valor. Se precisa restituir visión femenina del deporte, más bien, restituir el poder de leer, presentar y opinar sobre deportes al margen de su adjudicada feminidad y al margen de la masculinidad dominante. Se precisa restituirla ya que en estos años en que se ha abierto paso a la mujer al deporte y al periodismo deportivo se celebra mucho, pero se estudia y sopesa poco. Hace falta hacer la historia de la mujer en el periodismo deportivo, en particular, comenzar a contar la historia de las periodistas deportivas en Colombia.

Un espacio en el que el periodismo deportivo puede abrirse campo de manera independiente, al menos sin depender de los hombres para producirse, es la comunicación digital. En la era digital son muchas las plataformas donde las mujeres se abren espacio para cuestionar directa o indirectamente la masculinidad dominante. Un ejemplo popular son Las igualadas, un canal de YouTube presentado por una periodista de El Espectador para interpelar todas las prácticas y noticias relacionadas con el machismo.

Recientemente, los podcasts se han transformado en una opción perfecta para el periodismo. En comparación con otras plataformas multimedia, los podcasts presentan una relativa facilidad de producción, lo cual permite a las comunicadoras sociales abrir su voz y construir nuevas audiencias.

Actualmente hay múltiples podcasts en el que mujeres empoderan su voz y opinan sobre múltiples aspectos de su lugar en las sociedades patriarcales; entre otros, están disponibles en español los siguientes podcasts: Las incomoditas, Copadas, Voces Curuba, Nos quemaron x brujas, Movimiento Lila, Tarjeta morada, Grandiosas podcast, Paroxis histérica, Radio conchita, Las rompediscotecas, Literalmente, Graves y agudas, Digamos todo, Por las malas, Degeneradas, Gata fiera, Ruge hermana, El ovario anarco, Cambio de frente. En esta línea, esta investigación se dirige a la construcción de un podcast desde un punto de vista femenino.

Con este fin, este trabajo de investigación hace énfasis en el rol de la mujer en el periodismo deportivo en Colombia y la importancia que las periodistas deportivas han adquirido en el país a lo largo de las últimas décadas.

Se busca que las periodistas Claudia Helena Hernández, Blanca Luz Uribe, Liliana Salazar y Juliana Salazar a través de crónicas expresen y cuenten su experiencia en el medio y cómo ha sido su proceso dentro del periodismo deportivo.

Lo que se pretende con este trabajo de investigación es demostrar el rol de la mujer en el periodismo deportivo en Colombia a través de unos podcast a modo de crónicas donde las periodistas cuenten sus historias de vida y sus colegas periodistas rescaten la labor que éstas han venido realizando a lo largo de sus años de carrera.

Para lograr la producción del programa se siguieron estos tres objetivos: (a) Entrevistar a las periodistas deportivas en donde dialoguemos acerca de sus inicios en el campo de los deportes y como se han consolidado sus carreras; (b) Posicionar el podcast en las plataformas de Spotify, Souncloud o Speaker; (c) A partir de las crónicas escritas y radiales lo que se pretende es rescatar la importancia de las mujeres en el periodismo deportivo y como han logrado hacerse camino en un campo dominado por hombres.

Esta investigación sigue un enfoque de tipo cualitativo, puesto que es parte de una investigación documental y se aproxima a los registros narrativos de periodistas deportivas que contarán, a través de entrevistas no estructuradas, cómo han sido sus experiencias de vida en este campo del periodismo, haciendo énfasis en las virtudes y desventajas de ser una mujer en el ámbito del deporte en Colombia.

La recolección de datos y el trabajo de campo fueron vitales para confrontar la investigación documental, pero sobre todo fue indispensable para el contenido de los podcast. Para consolidar este proceso, primero, se aproximan fuentes primarias y se recolectan todos los datos posibles a la hora de seleccionar los temas del podcast. Además, se encuesta a la posible audiencia de cuál es el tipo de entrevistas que le gustaría escuchar o cual sería el contenido de su preferencia para suscribirse al podcast.

Este trabajo está dividido en cinco capítulos: (1) Estado del Arte, (2) Marco Histórico, (3) Marco Teórico, (4) Ellas hablan y (5) Conclusiones. En el primero se presentan las

investigaciones colombianas y latinoamericanas más recientes acerca de las mujeres en el periodismo deportivo, señalando las carencias que actualmente tienen el campo y la poca profundización en género que muestran.

En el Marco Histórico se presentan los hechos históricos del desarrollo del periodismo radial en Colombia, junto con los hitos deportivos que estuvieron a la par. Se narra desde los inicios de la radio, pasando por el periodismo deportivo radial, hasta la aparición del periodismo digital, donde se vincula el podcast como medio de difusión.

En el Marco Teórico se presentan los conceptos y criterios de construcción del podcast a partir de 3 ejes: 1. Androcentrismo del deporte, 2. el género periodístico de crónica, 3. el periodismo digital y el podcast. En el primer eje se abordan los conceptos de androcentrismo, sexismo y machismo, haciendo alusión a la construcción discursiva del deporte, al sexismo informativo el condicionamiento de la mujer, la división privado-público, la desprofesionalización de la mujer y la división sexual del deporte. En el segundo eje se aborda la crónica como un género especialmente difícil de definir en el cual median la literatura y el periodismo. En el tercer eje se establecen las características del podcast y los elementos de producción.

En el capítulo Ellas Hablan se presentan las crónicas de las mujeres que de alguna forma han cambiado el periodismo deportivo en Colombia rompiendo con la brecha del machismo. En cada una se describen sus rasgos personales y se narra su vida teniendo en cuenta sus emociones, experiencia y logros en el ámbito del periodismo deportivo. Se presentan las crónicas de Claudia Helena Hernández, Blanca Luz Uribe, Juliana Salazar y Liliana Salazar.

Y por último en el Quinto Capítulo se presentan las conclusiones que arroja este proyecto de investigación a través de las vidas de las cuatro protagonistas.

PRIMER CAPITULO

Estado del Arte

A continuación se presentan las investigaciones más recientes relacionadas con las mujeres en el periodismo deportivo. La búsqueda de material bibliográfico se orientó hacia artículos de investigación en español de la última década, de preferencia realizados por investigadores Latinoamericanos. Se usaron operadores booleanos en la búsqueda de recursos en bases de datos, combinando así: “mujer” AND “periodismo deportivo” OR “Colombia”. Las palabras clave de búsqueda fueron: Colombia, mujer, mujeres, periodismo, deportivo, periodistas, deportes, reportaje.

En el *Rol de la mujer en el periodismo deportivo canal CMD* (Fernández, 2015), *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo* (Chanamé, 2016), *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica* (Rojas, 2010) y, sobre todo, en *Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes* (Pedraza, 2012) se analizan las formas de representación de la mujer en los medios de comunicación desde sus roles más importantes.

Los estudios concluyen que en efecto hay un trato desigual marcado entre hombres y mujeres en los diferentes medios de comunicación, trato que reproduce y perpetúa la desigualdad de género. Pero no solo eso, (Pedraza, 2012) en ellos se ahonda sobre el dominio masculino en el deporte, pasando por la construcción de la práctica del deporte, los discursos que lo rodean, la cobertura, los cargos ocupados, la cosificación e hipersexualización de la mujer profesional y los prejuicios que llevan a la construcción de espacios deportivos de segregación (unos deportes para hombres y otros para mujeres o el mismo deporte separado en ligas masculinas y femeninas). Existe una particularidad sobre los estudios de género en el deporte y es que a veces se suele

marcar el género femenino en el campo del deporte, mostrándolas como valerosas, destacables, etc.; sin embargo, se trata de un ejercicio que muestra como género marcado a las mujeres y deja como género no marcado la masculinidad. Esto trae como consecuencia que la investigación de manera inherente el género masculino no se profundice y sea una suerte de referente de la construcción del deporte, haciendo que se asuma el deporte que vivimos actualmente como una construcción desligada de la masculinidad.

Es preciso preguntarnos, de qué manera las lógicas de las masculinidades hegemónicas han construido una visión de los deportes tal que ha logrado construirlo como una institución asociada a valores masculinos. Este aspecto, en nuestro hallazgos, fue abordado únicamente por Pedraza,(2012, p. 49). Los demás artículos se preocupan más por el acceso al campo laboral y tratan el problema de la paridad, pero sin usar este término.

El abordaje de la mujer y el periodismo deportivo se ha centrado en varios estudios como: *El ejercicio profesional de la mujer en la emisión del magacín deportivo de radio* (Romero, 2014), *Análisis del rol de la mujer periodista deportiva en los programas deportivos de radio Diblu 88.9 FM y su percepción en jóvenes de 20-25 años del sur de Guayaquil* (Cárdenas, 2017), *Situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador: ventajas y desventajas, desde el enfoque de género y la comunicación* (Cardona,2012), *El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo* (Peschiera, 2016), *Inserción de la mujer en el campo profesional del periodismo deportivo, visión e incidencia de las socias en la asociación de periodistas deportivos de Pichincha (APDP) durante el año 2014* (García, 2015).

Asimismo, hay otros estudios, entre ellos: *Equidad y participación de la mujer en el ejercicio profesional del periodismo deportivo* (Pita, 2014), *Mujeres al Camerino, rol de la mujer en el periodismo deportivo* (Restrepo y Rodríguez, 2015), *Mujeres en el ámbito deportivo: reflexiones*

para comprender la transgresión desde la práctica discursiva (Pedraza, 2012), *La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica* (Rojas- Torrijo, 2010, p. 7), *Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil* (García, 2015) e *Historia de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador* (Peralta, 2017).

En suma, los artículos abordan el sexismo lingüístico, el sexismo informativo, el espacio público asignado como el espacio social de los hombres, el valor de la profesionalización femenina, la paridad laboral, la repartición de fuente, el tipo de noticia y el género discursivo que pueden asumir, el tiempo al aire, el condicionamiento estético donde se relega su profesionalización a su belleza y la constante evaluación comparativa de las habilidades femeninas según el punto de vista masculino.

Si bien se destaca que cada vez hay más participación de mujeres en el periodismo deportivo, sigue siendo un campo de dominio masculino en lo laboral y lo discursivo. Algunos estudios destacan que la problemática se agudiza en los distintos medios de comunicación masivos audiovisuales, ya que el reportaje está mediado por la visualización de la reportera, la cual carga con la “responsabilidad” de “vender” con su belleza, con su cuerpo; no basta estar tan o más capacitada que los hombres.

Los enfoques más abordados son el punto de vista laboral y el estereotipo de que las mujeres no saben de deporte o son menos hábiles en leerlo y practicarlo, condicionando y relegándolas dentro del periodismo deportivo. Solo algunos estudios abordan delimitadamente el problema de la mujer en el ámbito de un noticiero o programa radial, produciendo resultados mucho más precisos y locales del fenómeno.

En el caso de Colombia, la investigación del tema es escasa, mientras que en Ecuador se ha abordado con cierto entusiasmo. Los vacíos y limitaciones son evidentes: escasean las investigaciones en casos particulares y la profundización del problema de género que subyace. La revisión muestra que hay muchas investigadoras preocupadas por su lugar en el periodismo deportivo, pero han recortado la problemática de género a la participación y visibilización de la mujer en estos escenarios comunicativos.

Para que el rol de la mujer se transforme, es necesario que pase por procesos comunicativos, discursivos y por la práctica del deporte mismo, reconociendo el deporte como uno de los ámbitos de dominio de la masculinidad hegemónica. En algunos estudios sobre el tema se reproducen incluso estereotipos de género; por ejemplo, “El orden y la responsabilidad son aspectos de destacar en el trabajo, ya que la mujer tiende a ser más detallista y ordenada mientras que el hombre por lo general suele actuar de forma más relajada” (Casadiego, 2018, p. 16).

Esta clase de sexismo académico es algo inaceptable al hacer investigación de género, sobre todo porque en algunos casos se presenta de manera explícita y completamente evidente. Estudios como el de Chanamé (2016), son muestra de que hay mucho por refinar abordar con absoluta seriedad, ya que este estudio carece de profundidad sobre los aspectos políticos y los regímenes de ordenamiento social que subyacen en la construcción comunicativa y massmediática del deporte como un espacio androcéntrico.

En últimas, todas estas investigaciones han abarcado temas relacionados con el dominio masculino; entre ellos, androcentrismo, paridad, mansplaining, sexismo, machismo, hegemonía, aunque no las nombren así. No obstante, la gran mayoría de investigaciones carecen de profundidad sobre las categorías de género. Esto, sin duda, refleja un limitado conocimiento de la literatura sobre la desigualdad de género, particularmente la literatura de los feminismos.

SEGUNDO CAPITULO

Marco Histórico

Durante 1912 algunos periódicos reconocidos de Colombia contaban ocasionalmente con páginas en las que se hacían comentarios deportivos, aunque eran muy cortos y de escasa profundidad. Para ese momento todavía no había una sección dedicada a deportes como la conocemos hoy en día; más bien, se encontraban indistintos entre algunos otros contenidos sociales. De manera que en los inicios del periodismo deportivo en Colombia existían columnas dedicadas al tema, ni periodicidad de las noticias.

La radiodifusión llegó a Colombia el 12 de abril de 1923 a raíz de la introducción de receptores y transmisores de baja potencia, durante el gobierno del General Pedro Nel Ospina. Así comienza oficialmente la historia de la radiodifusión en Colombia. Fue tal la relevancia de la entrada de la radiodifusión que en 1924 el gobierno solicita los primeros equipos de onda larga de un kilovatio de potencia.

En 1926 tuvieron lugar en Bogotá los Juegos Olímpicos. Este evento abrió una puerta de difusión a los medios comunicativos del momento, dando lugar a espacios más extensos en la prensa. Con este evento se mostró interés en la información de los deportistas y los horarios en que sucedería cada competencia. Dos años más adelante, el país comenzaría a tener eventos deportivos de gran envergadura que comenzarían a demandar del periodismo una especialización. Simultáneamente, el deporte colombiano dio sus primeros pasos, principalmente con el fútbol; un ejemplo de ello fue la fundación del América de Cali el 13 de febrero de 1927.

Así mismo, en 1928 se realizaron en Cali los I Juegos Deportivos Nacionales que tuvieron cobertura únicamente en la prensa. Durante esta década, el desarrollo y uso de la radiodifusión tuvo lugar en mano de aficionados a la radio, principalmente en Bogotá, como lo reseña Osorio

(2013, p. 19), con los experimentos de estos aficionados nacen las radios de galena, cuyo funcionamiento se efectuaba sin baterías. Así se efectuaron las primeras comunicaciones entre aficionados de Barranquilla, Medellín, Manizales y Bogotá.

En 1929 aparece por primera vez la radio comercial con la inauguración de la emisora La voz de Barranquilla. Sin embargo, el manejo era muy diferente de como entendemos ahora la radio comercial; si bien la emisora tenía licencia comercial, su propietario la financió con sus propios recursos dejándola al margen de auspiciantes y funcionando con canjes. En sus inicios, la programación de la radio se enfocaba en la música clásica y personalidades nacionales como internacionales. Durante ese mismo año nace la HJN como la primera cadena radial de Colombia, según Barrios (2011). La emisora, que fue inaugurada el 5 de septiembre, dependía de la Biblioteca Nacional.

2.1 Nace el Periodismo Radial

Como señala (Osorio, 2013) para 1930 Colombia era un país que desconocía a su propia gente y su diversidad cultural debido a su incomunicación y el estado de la conexión por carretera. Además, el país se encontraba en una crisis económica, con lo cual la radiodifusión se volvió un elemento clave para la integración del país, acortando las distancias. Así, la radiodifusión se encargó de que los habitantes de los diferentes departamentos pudieran escucharse, saber cómo hablaba un bogotano, un caleño, un barranquillero, un pastuso, etc.

En su momento, la radio produjo la experiencia de la televisión: las familias se reunían en torno a la radio. Además, las emisoras hasta ese momento no eran de carácter comercial sino de servicio público, pero fue en 1930 cuando nació la Colombian Radio and Electric Corporation la primera de este corte en el país (Barrios, 2011). Más adelante nació La voz Colombia que se

convertiría en la primera radiodifusión con contenidos políticos, aunque únicamente promovida por el partido conservador.

En 1931 el Gobierno Nacional construyó la legislación que daría lugar a una nueva etapa en la radio. Con esta normativa se inauguró Ecos de la Montaña en 1935 en Boyacá, orientada hacia la música popular y el humor, rivalizando con La voz de Antioquia. También nació en la capital La voz de Bogotá junto con La voz de Víctor.

En Medellín surgió La voz Katia que hacía las veces de emisora oficial y comercial. En 1935, una vez superada la crisis económica, el gobierno inició la organización de la radiodifusión privada, legislándola, estableciendo criterios de responsabilidad técnica, condicionamientos económicos y políticas para el uso de un medio de comunicación masivo.

Durante ese año se abrió paso al radio-periodismo gracias a un acontecimiento de relevancia en el mundo musical, puesto que la transmisión de noticias hasta entonces era poco elaborada y preocupada por ser profesional. El periodismo radial inició el 24 de junio de 1935 con la muerte de Carlos Gardel y Estanislao Zuleta en un accidente aéreo en Medellín.

El 4 de marzo de 1935 se realizó la primera publicación deportiva, bajo la autoría de Antonio Cesar Gaitán como jefe de la delegación bogotana en cobertura de los juegos de Barranquilla. El informe fue publicado en El Tiempo y, acto seguido, El Espectador, publica su primer reportaje deportivo en julio del mismo año. Con estas primeras dos publicaciones comienza en Colombia a circular decididamente información deportiva. Ese mismo año, El Siglo publicó la primera noticia deportiva de carácter internacional, la cual informó acerca del partido de fútbol entre Italia y Austria.

2.2 Inicio de las transmisiones deportivas

En 1936, con la aparición de tantas emisoras, el radio periodismo, la falta de ética y responsabilidad de los locutores, la competencia entre emisoras se tornó en agresiva, llevando al gobierno a establecer nuevos decretos que reglamentaran la competencia y oportunidades de radio difusión.

En ese mismo año se creó la ley 198 que tuvo como objetivo principal definir lo que eran las telecomunicaciones como “toda la trasmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes y sonidos de toda naturaleza, por hilos conductores, radio y otros sistemas o procedimientos de señales eléctricas o visuales”. De esta manera, se limitaron las frecuencias, se establecieron garantías, licencias de técnicos y locutores, vigilancia de la radiodifusión.

También se establecieron responsabilidades de locución frente a la vocalización, la dicción, la expresión y la improvisación. Esta situación contribuyó a impulsar formas de competencia dirigidas hacia la búsqueda de nuevos temas y programas, dando lugar a la radio novela, como un elemento que llevó intriga, suspenso y romanticismo a los oyentes.

El 4 de marzo de 1935 se realizó la primera publicación deportiva, bajo la autoría de Antonio Cesar Gaitán como jefe de la delegación bogotana en cobertura de los juegos de Barranquilla. El informe fue publicado en El Tiempo y, acto seguido, El Espectador, publica su primer reportaje deportivo en julio del mismo año. Con estas primeras dos publicaciones comienza en Colombia a circular decididamente información deportiva. Ese mismo año, El Siglo publicó la primera noticia deportiva de carácter internacional, la cual informó acerca del partido de futbol entre Italia y Austria.

En 1936, Colombia compitió por primera vez en los Juegos Olímpicos, lo que motivo a los medios a realizar informes especiales de los atletas colombianos en Berlín. Hacia 1938 se

inauguró el reconocido estadio Nemesio Camacho El Campin, abriendo un espacio para el deporte colombiano y se inauguraron los juegos Bolivarianos. Los juegos tuvieron una gran influencia en el desarrollo del periodismo deportivo en Colombia, ya que Colombia entraría a competir internacionalmente. Ese mismo año, El Espectador comenzó a escribir una columna deportiva diaria.

Uno de los grandes logros de la ley 198 de 1936 fue el aprovechamiento de que a Colombia se le había asignado la tarea de realizar la quinta versión de los Juegos Centroamericanos y del Caribe de 1946, evento que se logró difundir con gran éxito. Así mismo, se creó el Comité Olímpico Colombiano, que permitió a Colombia la inscripción al Comité Olímpico internacional, a la FIFA y participar en las Olimpiadas de Berlín que se celebraron ese mismo año.

En julio de 1937 se inauguró el estadio de fútbol de Cali, con el nombre de Estadio Departamental, que luego se llamó Pascual Guerrero. En 1938 se celebró el IV aniversario de la fundación de Santafé de Bogotá, y a raíz de esto se celebraron los primeros Juegos Deportivos Bolivarianos que fueron transmitidos a todo el país gracias al teléfono.

Sin embargo, en ese momento la radio no era reconocida en el medio como una opción empresarial o profesional rentable sino, por el contrario, como un pasatiempo. Esto se debió a que la radio comercial en Colombia, al igual que en los otros países, se daba a través de la ley del canje. Esta condición, incentivo a los propietarios de las emisoras a buscar otras alternativas de financiamiento, lo que dio lugar al cobro por transmisión de anuncios comerciales.

2.3 Nacen las cadenas radiales Caracol, RCN y Todelar

En estas décadas de 1940-1950 surge un cambio importante en la radio colombiana: deja de ser una radio de difusión local para ser lanzada a nivel nacional. El radio-periodismo ya se

construye como una tradición radial con alta influencia en el ámbito político, tomando fuerza en programas como Actualidad Diaria de La voz de Víctor o en último instante de La voz de Colombia, entre muchos otros.

En 1940 la información deportiva adquirió gran interés en el país, así que finalmente los periódicos apartan una sección deportiva. De esta manera, las noticias deportivas comenzaron a gozar de titulares, un equipo de edición y un equipo de traducción. Sin embargo, las noticias internacionales eran enviadas por correo y cuando por fin eran difundidas en prensa habían perdido actualidad.

En este ámbito tuvo una gran influencia la Segunda Guerra Mundial con la cual se introdujeron los géneros de opinión, comentaristas, analistas, todos especializados. En 1945, cuando llegan por primera vez los equipos FM a Colombia, se crearon las cadenas radiales Caracol, RCN y Todelar; la primera como extensión del periódico El Liberal; la segunda por el interés de competir con Caracol y la tercera Todelar en una lucha por la sintonía y el dominio del espectro radial.

Hacia 1948 se terminó de consolidar el periodismo deportivo en Colombia con la llegada del campeonato de fútbol y el ciclismo internacional más adelante. Esta inmersión de los dos deportes llevó a las secciones deportivas a especializar la información deportiva para sus lectores. Así, se inició la formación especial de los periodistas para estar capacitados en los conocimientos particulares de cada deporte, abriendo la posibilidad de tener reporteros para diferentes disciplinas deportivas. En ese momento, los deportes que más tuvieron cobertura fueron el fútbol, boxeo, carreras automovilísticas, lucha y ciclismo.

Otro evento que dio un giro a la radiodifusión en Colombia tuvo lugar el 9 de abril de 1948 con el Bogotazo. La magnitud e impacto de este acontecimiento tomó por sorpresa a las

diferentes emisoras, llevándolas a actuar de manera equívoca, maneras que en últimas contribuyeron a volver la radio un cómplice de la violencia, según (Osorio, 2013)

En palabras del autor, “Los estudios de “La Radiodifusora Nacional” fueron apoderados por los revoltosos dirigidos por el poeta Jorge Zalamea Borda y el capitán del ejército, José Phillips. “La Voz de Colombia” fue destruida esa tarde. El compromiso de la radiodifusión en los sucesos del 9 de abril de 1948, causó la intervención drástica del gobierno en su reglamentación, más por su imprevisión que por su irresponsabilidad, la radio colombiana cambió fundamentalmente su política y nació la nueva radio, como la conocemos en la actualidad, con un estatuto oficial debidamente exigente” (Osorio, 2013, pp. 26–27).

Luego del asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, por medio de los decretos 3518 de 1949, el 2167 de 1953 y el 3418 el Estado colombiano tomó el control legislativo de la radiodifusión. Así mismo, se crea la Asociación Nacional de Radiodifusión (ANRADIO) con el fin de exigir a las empresas de radiodifusión una afiliación obligatoria a la entidad.

En enero de 1951, se realizó la primera competencia de ciclismo masculino en ruta Vuelta a Colombia. La radio estaba atravesando por su mejor momento hasta que en 1954 el General Gustavo Rojas Pinilla inauguro oficialmente la televisión en Colombia que con su llegada en un principio ocasiono varios enfrentamientos con la radio, puesto que ninguno de los dos medios admitía convivir en la comunicación masiva de Colombia.

RCN y Caracol fueron las encargadas de incrementar toda la difusión de los diferentes deportes como el baloncesto, las carreras de caballos, la natación, el atletismo, eso sin dejar por fuera al futbol. Allí, finalmente la Radio Deportiva adquirió un gran reconocimiento, razón por la cual los grandes empresarios comenzaron a apostar más al cubrimiento de los eventos deportivos más importantes del momento, como la Copa del Mundo celebrada en Chile 1962.

Los Juegos Panamericanos celebrados en Cali en 1971 significaron un gran cambio en la historia de la radio ya que fue el primer evento deportivo en ser transmitido completamente en vivo con la mayor perfección posible tanto en lo personal como en lo profesional. (Zambrano, 1992).

Posteriormente el cubrimiento de las siguientes Copas del Mundo realizadas en Alemania y Argentina tuvo una gran mejora a raíz del gran esfuerzo que realizaron tanto los empresarios como los narradores y comentaristas. (Zambrano, 1992).

El boxeador Antonio Cervantes, Kid Pambele se coronó campeón del mundo en la categoría welter junior de la Asociación Mundial de Boxeo (AMB), el 28 de octubre de 1972.

El Grupo Ardila Lule adquirió los derechos de Radio Cadena Nacional (RCN) en 1974, ya que la situación de la cadena en aquel momento era un completo desastre y su imagen estaba supremamente deteriorada. (Osorio, 2013)

En 1975 Yamit Amat realiza una verdadera revolución en la forma de hacer radio en Colombia cuando asume la dirección de 6 am-9 am de Caracol radio. Se encargó de tener corresponsales en las diferentes ciudades del país al igual que en las grandes capitales mundiales que se encargaran de informar desde el lugar de la noticia.

En estas décadas el periodismo deportivo era una realidad colombiana, contando con federaciones deportivas, asociaciones, entre otros. El contenido informativo publicado en los medios se volvió mucho más extenso y profesional mientras se vivía el auge del ciclismo colombiano en tierras europeas.

Una vez entrada la década de los 80, el país se destaca en el fútbol, atletismo y ciclismo, lo que se conoce como la época dorada del deporte colombiano. Los colombianos se preocupan por lo que sucede con el deporte de su país a través de los grandes cubrimientos, como el tour de

Francia. Los géneros periodísticos, en radio, prensa y televisión fueron las crónicas acompañadas de registros fotográficos. Así mismo fue de especial relevancia la celebración de las Copas del Mundo de 1982 y 1986 que despertaron el interés de las personas en todos los contenidos relacionados con el deporte (Restrepo y Rodríguez, 2015).

Luego de los éxitos alcanzados en el boxeo por Antonio Cervantes en 1972, el turno sería para Miguel Lora quien en 1985 se consagró campeón mundial de boxeo en peso gallo.

De la mano de la televisión, la prensa hizo un cubrimiento especial a través de los canales públicos de los partidos de fútbol realizados por la selección Colombia. La cobertura fue tan amplia, que ningún medio radial se quedó fuera en los eventos de fútbol. Tanto fue el crecimiento del periodismo deportivo, que a comienzo del 90 se creó un diario especializado, el único en su clase: El Diario Deportivo, el cual se caracterizó por sus periodistas jóvenes, el desarrollo especializado en fútbol nacional y la actualidad de los equipos colombianos. Si bien el periódico abarcaba múltiples deportes, su énfasis se hizo sobre todo en el ámbito del deporte internacional, señalando los logros de los deportistas colombianos fuera del país.

Esta década también estuvo marcada por los triunfos del boxeo, tanto que llegó a protagonizar en el ámbito deportivo por encima del ciclismo. Desde 1972 se comenzaban a gestar los éxitos del boxeo con el triunfo de Antonio Cervantes, Kid Pambelé, como campeón mundial; primer campeón mundial de Colombia en boxeo. Hacia 1977 Muhammad Ali tuvo un combate de exhibición en Bogotá con el colombiano Bernardo Mercado. En 1980 el CMB clasificó a Bernardo Mercado como el número uno en peso pesado, primer colombiano en obtener esa distinción.

En 1981 Miguel “Máscara” Maturana fue reconocido como el primer boxeador colombiano campeón del mundo aficionado. En 1984 se fundó Corporaciones Deportivas Cuadrilátero,

considerada actualmente como empresa de boxeo más sólida de Colombia. Y en 1985 Miguel “Happy” Lora se convirtió en el quinto campeón mundial de Colombia.

En 1984 Juan Gossain toma las riendas de RCN radio y empieza a dirigir Radio Sucesos con el fin de hacerle competencia a Yamit Amat de Caracol. RCN contó con un gran equipo de profesionales, con un sistema electrónico de noticias, además de un conjunto de equipos de cómputo, y programas editoriales que venían apoyados por los periodistas dependiendo de las investigaciones que estaban realizando en el momento. (Osorio, 2013)

Julio Sánchez Cristo creó su programa en Caracol Stereo, en (FM) frecuencia modulada lo que supuso un gran cambio en la radio colombiana ya que en aquel entonces todos los programas transmitidos en FM solo tenían música y con Viva FM, Sánchez Cristo logró darles a las noticias de la mañana un aire juvenil y fresco.

El 2 de marzo de 1992 nació La Luciérnaga de Caracol radio como un programa que acompañaría a los colombianos durante los largos apagones que se producían por aquel entonces a raíz del Fenómeno del Niño. Hernán Peláez reconocido periodista deportivo fue el encargado de conducir el programa hasta su retiro en 2014.

En 1996 Julio Sánchez Cristo se fue para RCN Radio y crea el programa la FM de RCN donde se alternaban las noticias y música contemporánea de los años 70, 80, 90 y 2000, con nuevos éxitos de la música en inglés y en español.

El grupo Prisa, la compañía multimedia de origen español llega a Colombia y se hace con los servicios de Caracol radio. Los nuevos dueños eran los mismos que tenían la emisora más emblemática de América Latina, la XEW de México. Con esto muere viva FM de Caracol Radio para darle paso a la W.

En la actualidad existen 1596 emisoras que transmiten su señal a través del espectro radioeléctrico; de esas, 626 son comerciales en AM y en FM, aunque existen algunas de carácter independiente y otras que hacen parte de seis cadenas radiales como RCN, Todelar, Caracol, Melodía, Modelar, Súper y Colmundo Radio (Zambrano,1992).

Durante la primera década del entrante siglo el mundo deportivo comenzó a acercarse aún más a su audiencia a través de Internet. Así, los diferentes medios dedicados a las noticias construyeron páginas web donde se integraban múltiples recursos de información: la lengua, la fotografía, el vídeo, el audio (incluyendo la radio). Ahora, la actualidad del deporte se vive en su máximo seguimiento minuto a minuto. Además, las audiencias ahora tienen un acceso ampliado a la información, dando lugar a la comparación de fuentes y la facilidad de elección de los medios con los cuales quieren ser informados los fanáticos.

Entrado el siglo XXI, El Diario Deportivo hace mucho más énfasis en el deporte nacional que el internacional, haciendo uso de diversos géneros discursivos para abordar la noticia: crónicas, reportajes, entrevistas, etc. No obstante, el periódico cierra en 2009, después de 15 años de periodismo deportivo haciendo historia.

Actualmente, El Tiempo es uno de los medios dominantes de la noticia, quien en gran medida ha monopolizado el ejercicio del periodismo. Desde el punto de vista de Pinzón y Tejada (2010, p. 39), el periodismo deportivo enfrenta problemas relacionados con la falta de especialización, la monotemática, la reducción a un solo género periodístico y la monopolización del medio; se requieren nuevas generaciones que permitan abordar el deporte con perspectivas nuevas y a la altura de los desafíos comunicativos del siglo. Así mismo, el autor considera que el medio también está siendo monopolizado por los mismos periodistas, quienes han marcado el periodismo deportivo desde la tendencia a la opinión y las vivencias personales, dejando de lado

la profesionalización técnica y analítica. Se ha hecho, entonces, del deporte colombiano un periodismo marcado por cierto sensacionalismo que se preocupa más por opinar que por informar.

Además, en la actualidad Colombia carece de escuelas de formación especializada en periodismo deportivo, haciendo que las nuevas generaciones mantengan como referentes colombianos a Hernán Peláez, Iván Mejía, Edgar Rentería, Adolfo Pérez, Cesar Augusto Londoño y Carlos Antonio Vélez, entre otros (Pinzón y Tejada, 2010, pp. 39–40). Lo grave es que todos estos periodistas son profesionales en otras disciplinas, lo cual, debe abrir un debate profundo sobre la preparación y la construcción de un profesional capacitado para abordar el deporte desde múltiples perspectivas y géneros informativos. No basta con saber sobre deporte, hace falta estar preparado como un profesional íntegro.

Según la Asociación Colombiana de Cronistas y Redactores (Citado en Pinzón y Tejada , 2010), “el periodismo deportivo nacional carece de especialización, objetividad y análisis; además, peca por exceso de sensacionalismo y poco dominio de terminología específica”. El 68% de los periodistas son profesionales titulados de otras carreras.

Actualmente, los medios de comunicación dialogan con los espacios digitales de comunicación, pasando por redes sociales, plataformas de audio (como Spotify o Deezer), blogs y noticiarios digitales. En 2009 se produce el primer acercamiento de los medios al mundo digital, los cuales marcaron un nuevo impacto en la manera de hacer noticias (Ávila y Orjuela, 2019, p. 37), dando lugar, entre otras cosas, a medios de opinión totalmente independiente en donde puede participar cualquier persona, formas de hacer noticias ligadas a una nueva suerte de género relacionada con YouTube y los youtubers. Ejemplos de ello, son Dani “el youtuber de 40” y La Pulla.

No obstante, múltiples medios están apostando a nuevas formas de hacer periodismo ligados a la era digital. La búsqueda es sin duda encontrar nuevas maneras de llegar a las personas en formatos que integran texto, audio y vídeo.

Por otro lado, en este siglo se ha construido una marcada tendencia a la síntesis y al estar informado a través de mensajes informativos muy cortos. Una muestra de ellos es la red social Twitter, que se ha empezado a consolidar como un medio a través del cual los mismos medios de comunicación clásicos y sus periodistas se informan. Además, las redes sociales han logrado que la comunicación 2.0 de la noticia haya permitido establecer un periodismo retroalimentado y comentado por sus lectores. En este ámbito de la comunicación, el periodista se ve obligado a ser un profesional más integral, para que los fans conozcan y se acerquen mucho mejor a los deportistas, lo que no han logrado los periódicos; ahora es posible interactuar directamente con un deportista, interpelarlo, opinar sobre lo que dice y apoyarlo.

En el periodismo digital colombiano no existen datos diferenciales frente al resto del periodismo. Esto es, que los periodistas deportivos también están participando de múltiples plataformas de internet que contribuyen a establecer interacción con su audiencia. Se destaca que existen múltiples herramientas digitales para la gestión de contenidos digitales por periodistas (Bernal, 2014), para el caso de Twitter existe Bitly para maximizar el espacio; Untweeps, que provee sugerencias de perfiles para dejar de seguir; Twittercounter, que controla la evolución de los perfiles periodísticos; Retweetrank, que permite cuantificar la influencia del perfil; The Tweeted Times, entre otros.

Los periodistas también gozan de información que generan los propios deportistas o incluso los espectadores en los eventos deportivos en vivo. Algunos sucesos curiosos captados en cámara por espectadores se vuelven objeto de noticia para el periodista.

El espacio digital ha permitido fortalecer el periodismo estadístico (Lastra, 2014). Para los periodistas deportivos es la oportunidad de mostrar las tendencias de los deportistas en diferentes momentos del año con base de datos cuantificados, bien sea sobre su puntaje o su rendimiento. Además, las redes sociales, en especial Twitter se vuelven una fuente de información para los aficionados y espectadores, dándoles un espacio de información actualizada momento a momento en múltiples espacios y deportes al tiempo. Según Paniagua (2003, p. 193), “en el periodismo digital el lenguaje escrito vuelve a tomar preponderancia perdida en la época electrónica a favor del lenguaje audiovisual”

Por otro lado, en este siglo se ha construido una marcada tendencia a la síntesis y al estar informado a través de mensajes informativos muy cortos. Una muestra de ellos es la red social Twitter, que se ha empezado a consolidar como un medio a través del cual los mismos medios de comunicación clásicos y sus periodistas se informan. Además, las redes sociales han logrado que los fans conozcan y se acerquen mucho mejor a los deportistas de lo que lo han logrado los periódicos; ahora es posible interactuar directamente con un deportista, interpelarlo, opinar sobre lo que dice y apoyarlo.

La comunicación 2.0 de la noticia ha permitido establecer un periodismo retroalimentado y comentado por sus lectores. En este ámbito de la comunicación, el periodista se ve obligado a ser un profesional más integral.

TERCER CAPITULO

Marco Teórico

A continuación se desarrollarán los conceptos y referentes teóricos que guiaron esta investigación. Se abordaran tres ejes teóricos, el primero, ligado a las teorías de género, se aborda el problema del deporte como un campo dominado por los hombres. En este apartado se establecerán algunas líneas de análisis y conceptos para abordar el acceso de la mujer al ámbito deportivo y periodístico, evaluando las condiciones en que se produce; específicamente se abordaron los aspectos conceptualmente más profundos y relevantes para el problema de la desigualdad de género en el deporte y el periodismo deportivo.

Después se abordarán profundamente los géneros periodísticos, haciendo especial énfasis en la crónica ya que dentro de esta investigación este género es la base principal pues se hicieron crónicas escritas y radiales de cuatro periodistas deportivas que han marcado un antes y un después en la historia del periodismo deportivo en Colombia. Por último se abordara el concepto de podcast y sus condiciones.

3.1 Mujeres, periodismo y deporte

La historia del deporte ha sido marcada por la constante exclusión de la mujer, junto con su discriminación en los espacios deportivos. Son múltiples las formas en que las mujeres han sido relegadas a ciertos tipos de actividades y trabajos, siempre en función de estereotipos y prejuicios con base en diferentes criterios supuestamente biológicos y reproductivos. Se hace necesario destacar que el deporte se organiza como un espacio, una práctica y un discurso masculino hegemónico, con lo cual se entiende que los deportes en general son androcéntricos.

Si bien actualmente se abren espacios para el acceso a las mujeres al campo deportivo y periodístico, todavía existen muchas desigualdades profesionales, laborales, de visibilidad

(Gutiérrez, 2002). En esta sección se aborda el deporte como un espacio androcéntrico que replica sus dimensiones de desigualdad en el periodismo deportivo.

3.2 Dominio masculino

La masculinidad hegemónica (Badinter, 1993; Connell, 1995/2005; Gilmore, 1994; Kaufman, 1989) comprende el conjunto de características en las que se circunscriben los hombres para construirse como tal, es decir, como hombres “de verdad”. Estas características definen la relación entre lo masculino y lo femenino, marcando como femenino el conjunto de características impropias de los varones. Cuatro ejes organizan estas características: heterosexualidad, éxito, fortaleza y agresividad.

Estos cuatro ejes están presentes en los múltiples espacios deportivos, con los cuales los hombres intentan obtener el reconocimiento de otros hombres al igual que el de las mujeres (Gastaldo, 1995/2001). En este ámbito el hombre pretende adquirir una identidad pública con autoridad, lo que resulta en la organización jerárquicamente del espacio social deportivo (Mintegui, 1996).

Esta construcción de la masculinidad resulta hegemónica en tanto los elementos de organización, referencia y distribución de las actividades deportivas, junto con los espacios sociales relacionados con ellas, dependen de la organización social de los hombres. Como afirma Pedraza (2012, pp. 50–52), a través del deporte los varones construyen su masculinidad para demostrar como virtudes la agresividad, la fuerza, la competitividad y el ser temerarios.

Como señala (Butler, 1988), la masculinidad y la feminidad se reproducen en las prácticas sociales cotidianas de los hombres y las mujeres. La manifestación del género tiene lugar en representaciones sociales que derivan de la organización simbólica del mundo en condiciones

concretas. Este conjunto de prácticas construye un discurso que confiere un sentido capaz de sostener en el tiempo las desigualdades patriarcales.

3.3 Androcentrismo deportivo

El Androcentrismo deportivo es la visión del mundo en la que los hombres constituyen el centro y medida de todo desplazando e invisibilizando las contribuciones de las mujeres en la sociedad (Herrero, 2011). Esta visión supone que la experiencia masculina como la principal o universal, dejándola históricamente como una referencia no marcada, es decir, un referente no explicitado de la experiencia humana; como resultado, la experiencia femenina se obvia.

Esa falta de explicitación, como señala Osorio (2013), dificulta la identificación de los espacios donde la masculinidad adopta la medida y razón, ya que se sostiene a base de omisiones y construye representaciones sociales que se interiorizan con estereotipos, misoginia, estructuras sexistas, actos machistas, marginación, derechos desiguales, acceso desigual a oportunidades, violencia física, y violencia simbólica. Así mismo, al ser el hombre el referente, la mujer está en constante evaluación y comparación con base en las maneras de hacer masculinas, asumiendo que las mujeres no son capaces de desarrollar el mismo potencial que tienen los varones (Pedraza, 2012, p.52).

Tanto en el campo periodístico como en el deportivo, el referente masculino está presente de diversas maneras, relegando a la mujer a aceptar las normas masculinas del deporte y del periodismo, a su vez que las empuja a asumir sus prácticas y conductas. Como veremos más adelante, los errores de las mujeres en ambos ámbitos son sobreevaluados y se comparan constantemente con las maneras de moverse de los hombres y las maneras de hablar de los periodistas. Además, existe una constante segregación y distribución desigual de actividades y

coberturas: por un lado, las mujeres deportistas tienen ligas femeninas y, por otro, las periodistas deben cubrir noticias deportivas prejuiciosamente ligadas a la feminidad.

Los deportes de más impacto y visibilidad son abordados en su mayoría por el hombre. El ámbito deportivo, sobre todo en los deportes más duros y agresivos, es un espacio de hombres, presentado por hombres, para ser escuchado y visto por otros hombres: es evidente que “el deporte es cosa de hombres” (Pedraza, 2012, p. 49). Con esto, es posible afirmar que el deporte es uno de los espacios más significativos donde se materializa el androcentrismo y la masculinidad hegemónica (Messner, 1992; Messner y Sabo, 1990; Sage, 1998).

3.4 Discursividad androcéntrica

La Discursividad androcéntrica la podemos ver de dos formas: primero el sexismo entendido como las estructuras sociales y lingüísticas que están organizadas a partir de la diferenciación de género, es decir, que establece una serie de correspondencias y características para cada género, privilegiando el masculino; la segunda forma es el machismo que se entiende como la práctica de acciones que materializan los individuos con base en esa estructura sexista, es decir, la materialización individual o colectiva de la violencia, el estereotipo, la discriminación, etc.

En el deporte como se evidencia el machismo en enunciados como “jugaron como señoritas” o “golpea como niña”. Pero el machismo no solo establece una devaluación de la mujer, sino que reafirma la masculinidad, por ejemplo cuando se busca exaltar la dureza y fuerza masculina; se reafirma la masculinidad con frases como “cosa de hombre”, “eso sí es un macho”, etc.

Para equilibrar un poco esta situación es necesario hacer un cambio en el discurso y en el uso lingüístico del deporte y del periodismo deportivo. Estos cambios implicarían reflexiones profundas en el uso periodístico del sexismo lingüístico, presentes en el léxico y en el uso sintáctico, así como en el machismo lingüístico, evidente en las frases que señalamos atrás.

Como señala Rojas (2010, p. 5), el sexismo lingüístico no constituye una forma de ser políticamente correcto en el uso de la lengua, sino que tiene una estrecha relación con la organización social y contribuye a la perpetuación de la desigualdad a través del humor, invisibilizando, desvalorando y normalizando las violencias.

El acceso de las mujeres al periodismo deportivo no es signo de un cambio profundo en el uso lingüístico del periodismo, ya que las mujeres también están en igual de condiciones para reproducir el sexismo y machismo lingüístico, es más, son constantemente empujadas a asimilar los discursos masculinos del deporte para poder participar en ellos.

3.5 Sexismo informativo

Además de las formas de discriminación e invisibilización lingüística, existen por lo menos otras prácticas discursivas que contribuyen a perpetuar la desigualdad de género: el sexismo informativo. Esta práctica consiste en la distribución desigual de contenidos deportivos por razón de sexo, es decir, la cobertura de éxitos y deportes practicados por mujeres en comparación con la cobertura que reciben los hombres (Vigara,2009) (b) en el trato diferencial a la presentación de los deportes femeninos, aludiendo a aspectos no relacionados con el deporte, sino con típicos elementos de estereotipación de la mujer (Rojas,2010, p. 7).

Basado en la clasificación de Rojas, se pueden considerar algunos ejes en los que se evidencia el sexismo informativo: (I) contenido (qué se dice), (II) distribución (en dónde se dice), (III) cantidad (cuánto se dice y de qué), (IV) composición (cómo se dice y se muestra), (V) presentación (que recursos lingüísticos y visuales se usan), (VI) prioridad (cuándo y en qué momento).

Por lo general se presentan más noticias y se les dedica mucho más tiempo a hablar de deportes masculinos y en Colombia se hace especial énfasis en el fútbol. Casi que sin

proponérselo los medios de comunicación han privilegiado el deporte masculino invisibilizando los deportes femeninos.

En precisamente esa invisibilización la que termina repercutiendo en la falta de apoyo y soporte a las iniciativas deportivas femeninas. Además, en los medios se suele utilizar la figura de la mujer para destacar su rol de víctima o de “adorno” (Bach, Altés, Gallego, Plujà, 2000).

Otro fenómeno importante es que las mujeres en muy pocas oportunidades constituyen una verdadera autoridad en materia de deportes, lo cual hace que la información ya sexista devalúe los aportes femeninos en la lectura del deporte.

Otro de los fenómenos que están asociados es en el que los hombres a menudo asumen una posición de explicarles a las mujeres todos los temas relacionados con el deporte independientemente de si saben o no acerca del tema. Esta práctica empleada por los hombres de explicarles a las mujeres sobre deporte se le conoce como mansplaining y se presenta también en el periodismo deportivo.

En concreto, en el ámbito deportivo “en su gran mayoría hablan hombres (los periodistas) acerca de otros hombres (los deportistas) para los mismos hombres (los lectores)” (Pedraza, 2012, p. 55).

Según (Sage y Eitzen, 1990/2016), el acceso de las mujeres al ámbito deportivo está condicionado por tres elementos que fundamentan la masculinización del deporte: la actividad física y deportiva masculiniza a las mujeres, el deporte es peligroso para ellas, las mujeres no están interesadas en el deporte. A estos elementos se le suma la práctica de la sobrerrepresentación.

3.6 Masculinización

Que una mujer practique un deporte que históricamente ha sido ejercido por hombres de inmediato trae como consecuencia la masculinización. El cual se puede entender como la asimilación de características masculinas que empiezan a tener las mujeres al practicar un deporte masculino.

Esto quiere decir que las mujeres masculinizadas en principio pierden sus virtudes femeninas y comienzan a ser tratadas como “otro hombre”. A veces el trato de la masculinización es diferenciado, dependiendo de si se trata de la inmersión de una mujer en un deporte de hombres, o la inmersión de muchas mujeres en ese deporte. El producto es que la mujer masculinizada comienza a ser desexualizada socialmente, dejando en evidencia que una mujer no puede hablar como hombre, tener los músculos de un hombre, hacer chistes de hombres, lucir como un hombre, entre otros, puesto que eso desvirtúa su feminidad.

3.7 Sobrerrepresentación

Pedraza (2012, p. 54), señalando que las mujeres deportistas, al igual que las periodistas deportivas, se destacan entre los hombres por el hecho de lograr darse un lugar entre ellos. Esto quiere decir que en el mar de hombres asociados al deporte existen algunas mujeres y por existir es preciso destacarlas, pero sobre todo destacarlas por ser mujeres, no por ser profesionales o especialistas.

La valoración que se hace es que nadie esperaba que las mujeres pudieran llegar tan lejos y mucho menos los hombres. Esto pasa principalmente porque muchas de las que llegan a estos espacios dominados por los hombres están vistas con muchos estereotipos de la feminidad, como por ejemplo que las destaquen más por sus atributos físicos que por lo que sean capaces de aportar profesionalmente en el periodismo deportivo que es un campo dominado por hombres.

3.8 Desprofesionalización de la Mujer

En este espacio se hará especial énfasis en la desvalorización que se les hacen a las mujeres. Esto lo hacen de diferentes maneras: en primer lugar todo el tiempo están comparando su desempeño como profesionales frente al desempeño de los hombres en el periodismo deportivo que en realidad cuestiona los modos de las mujeres y magnifica sus errores (Guerrero, 2006) .

En segundo lugar existe una fuerte tendencia en desviar la atención de la información deportiva y la información familiar o anímica de las deportistas y las periodistas. Por lo general tratan de hacer un mayor énfasis en el aspecto físico y dejan de lado si la periodista está en igualdad de condiciones para hablar de temas relacionados con el deporte.

Esta desprofesionalización nunca o rara vez sucede con los periodistas y los deportistas masculinos (Rojas, 2010, p. 7). En Colombia pasa algo aún más cuestionable y es que algunos de los periodistas deportivos más importantes del país no son profesionales de la comunicación, pero a las mujeres sí se les exige la profesionalización para poder acceder al medio; lo que subyace es la idea de que una mujer no está facultada para hablar de deporte a no ser que se eduque formalmente para ello (Pedraza, 2012, p. 58).

3.9 Géneros Periodísticos

Existen múltiples definiciones de géneros periodísticos, dentro del campo se pueden considerar definiciones como: “formas que busca el periodista para expresarse, debiendo hacerlo de modo diferente, según la circunstancia de la noticia, su interés y, sobre todo, el objetivo de su publicación” (Gargurevich, 1982) o “las diferentes modalidades de creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (Martínez, 1984).

Ambas aproximaciones razonan en virtud del rol del periodista, destacando el propósito comunicativo del periodismo; sin embargo, no perfilan con suficiencia la implicación de un género discursivo. Una definición más acertada la ofrece Pinzón y Tejada (2010, p. 3):

“Son diferentes formas de procesar, narrar e interpretar la información en los distintos medios de comunicación. Cada género periodístico tiene sus características especiales y su forma de contar los acontecimientos, mostrando mayor o menor análisis, interpretación y profundidad dependiendo de la situación”

Esta definición propone que cada género es o puede ser distintivo para cada medio de comunicación y formato (prensa, radio, televisión). Además, enfatiza en qué medida un ejercicio narrativo que varía de género en género posibilitando a su vez una aproximación diferente de parte del lector.

El concepto de género periodístico surge por primera vez con Jacques Kayser para referirse a los criterios y formas de clasificación de los contenidos presentados en la prensa. Con este concepto se buscaba realizar valoraciones críticas de carácter literario y lingüístico. Las clasificaciones en géneros se dan en 1981 con Héctor Borrat, proponiendo una suerte de macro géneros, en realidad un criterio de agrupación de los géneros: narrativo, informativo, argumentativo, explicativo. De cada macro género se deriva un sinnúmero de géneros.

A partir de la teoría normativa, la teoría de esquemas del discurso y la teoría de la hibridación de géneros surge una clasificación más o menos estándar de los géneros discursivos actuales: noticia, entrevista, reportaje, artículo, crónica, boletín de noticias, informe especial, crítica, perfil, columna de opinión, caricatura, reseña, debate.

Los géneros tienen algunas características destacables en el ámbito periodístico (Sánchez y López, 1998, p. 18): el periodista escribe inevitablemente en algún género, los géneros son

modelos de expresión que facilitan la tarea periodística y el cumplimiento de un propósito comunicativo, cada género tiene una función social, los géneros se transforman con el tiempo y no son inflexibles, reflejan una jerga y vitalidad discursiva propia de la profesión. Además, cada género le permite al lector tener expectativas de contenido, facilitando la lectura de diferentes formatos.

En la siguiente tabla explicaré brevemente las características principales de los géneros periodísticos.

Tabla 1. Características de cada género periodístico. Tomado y adaptado de Pinzón García y Tejada Chavarro (2010).

Género periodístico	Características
Noticia	<ul style="list-style-type: none"> • Narración de un suceso de actualidad que despierta el interés del público. • Se narran los acontecimientos con la mayor objetividad y veracidad posible. • No tiene ningún tipo de valoración personal por parte del periodista. • Debe ser actual, objetiva, clara, concreta y precisa. • Presente en todos los medios de comunicación y su escritura es en forma de pirámide invertida, de lo general a lo particular.
Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> • Diálogo establecido entre entrevistador y entrevistado acerca de un tema específico. • Dos tipos de entrevista: informativa y de personalidad. • Se puede desarrollar de dos formas: pregunta respuesta o cita sumario. • Presente en todos los medios de comunicación, teniendo menos presencia en la prensa.
Crónica	<ul style="list-style-type: none"> • Informe que se realiza sobre un determinado acontecimiento actual narrado de manera cronológica, “jugando con el tiempo” dependiendo del estilo

	<p>personal del periodista.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se permiten los juicios de valor e interpretación por parte del periodista, así como un manejo libre del lenguaje. • Puede ser narrativa, descriptiva o literaria. • Género profundo y analítico, exigiendo una etapa previa de investigación rigurosa. • Características similares a las del reportaje, pero la crónica hace un énfasis especial en la versión particular y subjetiva de los hechos. • Presente en todos los medios de comunicación. • Frecuente la crónica de suplantación, donde el periodista vive lo que cuenta su historia.
Informe especial	<ul style="list-style-type: none"> • Es un ejercicio de investigación profundo que contiene elementos del reportaje y la noticia. • No involucran figuras literarias que hagan perder sentido o seriedad del informe. • Debe agotar todas las fuentes posibles para llevar a cabo una verdadera contextualización de lo que se quiere informar.
Reportaje	<ul style="list-style-type: none"> • Narración de acontecimientos que pueden ser recientes o no. • Contiene elementos de otros géneros periodísticos, tales como la noticia, la crónica y la entrevista. • Puede incluir la posición personal del periodista que lo desarrolla. • Dos tipos: reportaje estándar y gran reportaje. • Tres posibles estilos: fact story, action story y quote story.
Columna de opinión	<ul style="list-style-type: none"> • Informe o artículo que se realiza necesariamente para periódico o revista. • Ofrece una opinión o punto de vista sobre un tema de actualidad y de interés general. • Puede tener circulación diaria, semanal, quincenal o mensual. • Puede adoptar la posición oficial del medio de comunicación, recibiendo el nombre de 'editorial'.

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Reseña de carácter biográfica sobre un personaje que puede suscitar interés. • Busca informar acerca los detalle menos conocidos del personaje, su estilo de vida y personalidad.
Artículo	<ul style="list-style-type: none"> • La posición adoptada por el periodista es lo más importante. • Se trata el tema de la forma más subjetiva posible. • Se puede escribir con una estructura libre. • Pertenece a los géneros periodísticos de opinión.
Crítica	<ul style="list-style-type: none"> • Labor de interpretación crítica sobre acontecimientos culturales. • Tres objetivos fundamentales: informar, orientar y educar al lector. • Ofrece al periodista la posibilidad de escribir sus opiniones y sus valoraciones subjetivas. • Reglas: debe ser corta, pero no superficial; ágil y rápida, pero reflexiva; profunda y argumentada, pero al alcance de cualquier lector.
Caricatura	<ul style="list-style-type: none"> • No se rige por ninguna regla, su principal característica es el humor y astucia. • Exige un amplio conocimiento acerca de la actualidad política y social. • Sintetizar de forma clara y contundente. • Sus elementos más importantes son la crítica, el dibujo, el humor y la concreción semántica. • Se apoya en la sátira, la mordacidad, la burla o la ironía para llevar a cabo el desarrollo de la crítica puede marcarse en el dibujo o el texto. • Pertenece al género de opinión.
Reseña	<ul style="list-style-type: none"> • Hace un informe especial, reuniendo comentarios, evaluaciones, apreciaciones y expectativas sobre un acontecimiento o evento. • Posee una estructura clara de argumentación y desarrollo: inicia con la definición del tema a tratar, continúa con el punto de vista del periodista, sigue con la argumentación y finaliza reafirmando la posición adoptada. • Pertenece al género de opinión.

3.10 La Crónica

En la tabla de arriba se hizo una breve caracterización de este género, pero en este apartado se profundizara aún más ya que el proyecto está orientado hacia la producción de crónicas. González (2004, pp. 27–28) afirma que la crónica tiene al menos dos aspectos claves: uno que al ser un relato cronológico sirve como instrumento de saber histórico y dos que el autor adquiere un papel central en la crónica, puesto que se construye como un testigo de los acontecimientos que estructura el relato con creatividad.

Algunos estudios señalan que en la crónica existe un vínculo estrecho entre los géneros literarios y los géneros periodísticos. Bernal (1997) afirma que es la crónica el que más ha conectado el periodismo con la literatura; es tanta la relación, que el autor afirma que es un género que puede mostrar el desarrollo evolutivo desde la literatura a los géneros informativos.

Desde el punto de vista de González (2004, p. 34) el rasgo distintivo de la crónica es el protagonismo que adquiere el cronista en la narración, incluyendo la autonomía para decidir el orden cronológico que adoptará, la especificidad del tema, las técnicas periodísticas, las técnicas literarias (personajes ficticios, diálogos, monólogos, anécdotas, entre otros) y la riqueza léxica.

Por otro lado, González (2004, p. 30) aporta una serie de ejes para caracterizar la crónica: finalidad, producción, actualidad, referente, receptores e interpretación. El autor clasifica la finalidad a partir de las exigencias periodísticas: (a) comunicación periódica, (b) información por necesidad, (c) orientación a los lectores, (d) entretenimiento.

Respecto a la producción, se articula que las finalidades periodísticas están sometidas a condicionamientos de producción, es decir, el cronista está relacionado con la línea editorial, está complementado o condicionado por los modos y medios decidiendo sobre elementos paralingüísticos y supralingüísticos.

Frente a la actualidad se requiere que el cronista actualice o recurra a temas de actualidad, uniendo dos elementos periodísticos fundamentales: espacio y tiempo. Además, el cronista debe establecer un eje de desarrollo cronológico que será el referente; con él debe centrar la atención del lector y estructurar la narración para dar cuenta de hechos.

Por otro lado, la orientación al lector supone la preocupación del periodista por dar con un tipo de lector que será el apropiado para leer su narración. Para esto, actualmente, cada medio estima con bastante precisión el tipo de audiencia a la que puede dirigirse y a través de qué medios, muchas veces determinando el estilo y decisiones explícitas de la narración. Por último, la interpretación atiende a la impresión más directa que puede dar la crónica, es decir, que todo hecho debe desglosarse en elementos para ser comunicado, pero se puede enfatizar en alguno de sus elementos para dar contundencia a la narración.

A pesar de esta caracterización, González (2004, p. 31) concluye que los múltiples estudios y definiciones de crónica entran en contradicción y que, en definitiva, no logran recoger con certeza las características de la crónica. Esta apreciación lleva posicionar la crónica como un género periodístico sin límites claramente establecidos.

Así, se entiende que la crónica goza de una flexibilidad tan amplia que le permite al periodista tomar decisiones léxicas, ficcionales y narrativas de toda índole.

3.11 Periodismo Digital

El ámbito digital ha traído al periodismo una serie de opciones y ventajas respecto a los grandes medios que ocupan los espacios radiales y televisivos. Así mismo, ha supuesto una mayor rigurosidad de la disciplina periodística para reportar, puesto que a los oyentes y lectores hay dispuesta ahora una amplísima variedad de fuentes de información con la cual pueden contrastar y constatar la información periodística.

Ahora, podemos dar cuenta de que los periodistas también se equivocan, además de subjetivar el contenido periodístico. La entrada al mundo digital también supone una mayor variedad de acceso informativo junto con la capacidad para cualificar y cuantificar con precisión el impacto de un programa, la especialización de temas, entre otras cosas (Dueñas, 2016, p. 23). En este nuevo espacio, nace el podcasting como una manera de renovar y aportar al periodismo radial.

3.12 El Podcast

En el espacio digital la mayoría de radios digitales combinan la comunicación sincrónica y anacrónica, proporcionando libertad de elección a los oyentes (Romero, 2011, p. 141). Incluso si los contenidos son los mismos, el podcasting ofrece al oyente la posibilidad de ser actualizado sobre temas específicos en los tiempos que le convengan, sin necesidad de esperar a que comience el programa radial. Además, el oyente siempre tiene opción de pausar, adelantar o reiniciar la transmisión.

Las posibilidades del podcasting son la individualización de la audiencia, la selección del qué, cuándo y dónde escuchar los podcast, la actualización de contenidos, aviso de contenidos nuevos (Romero, 2011, p. 142). Además, el podcasting abre una nueva dimensión de la radio: la hiperespecialización.

En el ámbito deportivo, se entiende que la hiperespecialización permite dar cabida y visibilidad a periodistas que no han accedido a los grandes medios y a los deportes que rara vez son reportados (Herrera, 2011^a, p 117). Así mismo, abre la posibilidad de que los periodistas no dependan de los lineamientos periodísticos de los medios como empleados, sino que pueden gozar de mayor libertad de prensa y subjetividad crítica.

Es preciso definir y caracterizar el podcasting, puesto que un podcast no es la subida de un archivo de sonido al entorno web (González y Salgado (2009, p. 47) definen el podcast como la

disponibilidad de un archivo de sonido, usualmente MP3, AAC u OGG, en el entorno web para ser escuchado online o descargado para ser escuchado offline.

El podcast debe cumplir con la condición de ser sindicado, es decir, que permite al usuario suscribirse a un canal informativo del podcast con el cual podrá saber actualizaciones de contenidos y las próximas transmisiones de los temas y canales de podcast que él decida.

En resumen, “podcasting sería la sindicación de archivos de audio utilizando un sistema RSS que permita su revisión y descarga automática y periódica” (Solano y Sánchez,2010, p. 127).

Si bien esas son las características más relevantes, es importante mencionar que los podcast también cumplen con la condición de ser distribuidos gratuitamente en internet; además, la mayoría de ellos están conectados a redes sociales o espacios de retroalimentación de contenidos, lo cual facilita el contacto con los oyentes (Solano y Sánchez , 2010, p. 128).

CUARTO CAPITULO

Ellas Hablan

4.1 La dama azul

Claudia Helena Hernández es una mujer de 50 años aproximadamente de piel trigueña y de uno 1,56 de estatura. Su cabello es corto y de color rojizo, con su dulce voz ha enamorado a los colombianos en los últimos 30 años.

Claudia Helena entró a estudiar en el colegio del Banco de Colombia a raíz de todas las facilidades económicas que esta institución le brindaba a Gustavo Hernández. Su padre por ser pensionado del Banco de Colombia. Al iniciar su bachillerato Claudia Helena se percató que en su colegio no existía nada que tuviese algún tipo de relación con los deportes que involucrara a los demás estudiantes, pues ella ya practicaba el baloncesto todos los domingos en compañía de integrantes de su familia en el parque la Florida.

Los primeros juegos intercurios que existieron en el Colegio Banco de Colombia se le deben exclusivamente a Claudia Helena Hernández y a su amor incansable a los deportes. Ella no solamente los manejaba sino que además participa en ellos con sus compañeros de curso. Todo esto lo alternaba con su participación en el equipo de baloncesto del colegio.

Por cosas del destino la entrenadora de baloncesto del colegio era la secretaria ejecutiva de la liga de baloncesto de Bogotá, y al ver todo el talento de Claudia Helena se la llevó a jugar profesionalmente. En su casa no estaban muy de acuerdo con esa decisión sin embargo la dama azul en un acto de rebeldía decide mentir para poder asistir al entrenamiento. Casualmente ese mismo día vio como minutos antes de entrar a los entrenamientos varias de sus compañeras estaban fumando y por si fuese poco tenían una actitud demasiado cercana con el entrenador quien solamente les permitía jugar a sus compañeras.

Su gran sueño era convertirse en basquetbolista profesional pero en Colombia si ahora es imposible en aquel entonces era aún peor. Desde pequeña en su casa tanto su papá como su hermano solamente escuchaban en radio programas deportivos y por si fuese poco la familia Hernández era hincha de Millonarios y siempre han estado vinculados al equipo embajador. Todos estos fueron los insumos necesarios que la llevaron a estudiar Periodismo y que tenía que enfocarse en los deportes para así poder hablar de baloncesto y por supuesto de los otros deportes.

Claudia Helena tenía decidido estudiar Comunicación Social en la Universidad de la Sabana a pesar que en su casa querían que estudiara Derecho, la cual no le disgustaba pero no era exactamente a lo que se quería dedicar. Se presentó a la Universidad Externado de Colombia para Derecho en el fondo más por darle gusto a su familia que por otra cosa y de igual forma se presentó a Comunicación en la Sabana en donde finalmente fue admitida.

Se describe como una mujer que se deja llevar por sus sensaciones y cuando visitó las instalaciones de la Universidad de la Sabana sintió que ese era el lugar en donde quería estudiar y cumplir uno de sus más grandes sueños, el de convertirse en periodista deportiva.

Esta dama azul siempre ha sido una mujer proactiva y desde que entró a la Universidad se interesó por saber quién o quiénes eran los encargados de manejar los deportes para que de alguna u otra forma ella pudiera participar. Por supuesto estuvo vinculada con el equipo de baloncesto de la Universidad y al mismo tiempo hacia parte del departamento de bienestar en donde ayudaba en la organización de todos los eventos deportivos que se realizan dentro de este plantel educativo.

En cierta ocasión fue galardonada con el trofeo de la mejor deportista del año. Pero antes de conocerse a quien iría dirigido Claudia Helena sabía desde el fondo de su corazón sabía que ese

trofeo que había visto en la oficina de Bienestar sería para ella. Efectivamente ese sería el primero de los muchos reconocimientos que le fueron entregados a la dama azul.

Su carrera en los medios de Comunicación empezó de la mano de Hernán Peláez cuando dirigía en Caracol radio el programa la Polémica que en ese entonces era el espacio deportivo más importante. Nora Correa era compañera de Claudia Helena en la Sabana pero además ya estaba haciendo cosas pequeñas en Caracol y era muy amiga de Hernán Peláez.

El doctor Peláez le contó a Nora que él estaba muy interesado en traer una voz femenina para su programa pero ella se negó porque realmente no estaba interesada en nada relacionado con los deportes. Sin embargo Nora investigó en su Universidad quien podría ser esa nueva voz femenina que iniciara en la Polémica y allí se encontró con que la ideal era Claudia Helena Hernández.



Claudia Helena comentando un partido para la cadena Todelar

A las tres semanas de estar en Caracol, Peláez viajó a Europa para hacer el cubrimiento de las competiciones de ciclismo y a partir de ese momento cambia un poco la situación para la dama azul pues los demás periodistas dejaron de tomarla en cuenta. Al mismo tiempo en Radio Súper estaban próximos a inaugurar su espacio deportivo y deciden contar con Claudia Helena para que se integrara al equipo.

Al iniciar en su nueva casa de inmediato le asignan cubrir a Millonarios Fútbol Club sin ella haberlo pedido, simplemente son cosas del destino. Ese primer fin de semana trabajando en Radio Súper se dio inicio al campeonato de fútbol profesional colombiano y en Bogotá jugaban Santa fe vs América de Cali.

En el segundo partido tenía que cubrir a su fuente Millonarios que tenía que jugar como local. Claudia Helena entró al vestuario de la misma forma como lo había hecho en el partido anterior, sin embargo en esta ocasión Silvano Francisco Espindola pretendía que, ella abandonara el camerino mientras él se arreglaba después del partido. Espindola intentó sabotear su trabajo cuando le pidió que se saliera mientras él se cambiaba, sin embargo, Claudia Helena no se salió y pudo realizar sus entrevistas.



Claudia Helena desde la cabina de la Cadena Todelar

La dama azul siempre ha tenido claro que a la hora de hacer los cubrimientos lo más importante era estar muy preparada y saberse comportar para que los jugadores siempre la respetaran. Claro que si había otras mujeres que entraban a los vestuarios saludando de beso a los jugadores y esto por supuesto daba paso a otras cosas.

Claudia Helena pudo alternar su trabajo en Todelar y en RCN radio en donde logró sobresalir en el programa deportivo de las noches sin necesidad de estar físicamente en el estudio. Sin

embargo en ese tiempo sufrió un poco de acoso laboral por ser mujer a raíz de envidias despertadas en uno de sus compañeros.

Fueron quince años de trabajo en RCN radio en donde sus condiciones económicas no eran las mismas que la de sus compañeros a pesar que la carga de trabajo siempre fue igual. Estuvo allí hasta el año 2005 cuando dentro de la organización se realizó una reestructuración y decidieron prescindir de sus servicios.

Se convirtió en la dama del fútbol a raíz de ser la primera mujer que entro a un vestuario a realizar las entrevistas a los jugadores. Pero fue Jorge Eliecer Villareal el encargado de bautizarla de esa forma.

Claudia Helena considera que su aporte al periodismo deportivo es principalmente el hecho de ser pionera dentro de este campo que durante años ha sido considerado exclusivo para los hombres. Ella ha logrado abrir el camino para otras mujeres que también han incursionado en esta rama del periodismo, ha conseguido que las reconozcan, que las valoren pero sobre todo que se den cuenta que las mujeres en el campo deportivo están 100% preparadas.

La Dama azul considera que las periodistas deportivas si pueden debatir y exponer sus conocimientos de la misma forma como lo hacen los hombres. Otro de sus aportes pasa en gran parte por todo lo que ha logrado durante toda su carrera que se ha caracterizado por el respeto y el profesionalismo a la hora de realizar su trabajo.

Su trabajo dentro del periodismo deportivo en Colombia, siempre lo ha llevado con responsabilidad y ha tratado de dar lo mejor de sí. Pero lamentablemente Claudia Helena considera que esta profesión actualmente está muy mal ya que en la actualidad cualquier persona llega a los medios a decir que es periodista sin serlo realmente. Cualquier persona que medio entienda de deportes o tenga algún contacto de inmediato la contratan.

En el campo femenino muchas son presentadoras simplemente sin antes haberse preparado lo suficiente y esto ha llevado a que cualquiera que tenga un portal o un blog de deportes sin ser necesariamente periodistas. El camino actualmente está muy complicado y en palabras de la Dama azul el Periodismo deportivo en Colombia está estancado.

La falta de oportunidades es algo realmente preocupante sobre todo porque los medios de comunicación cada tienen menos plazas y quieren pagar muy poco a sus periodistas o mejor dicho a aquellos que tienen muy poca preparación pero que medio entienden de deportes y se tranzan por cualquier dinero. Esto les quita la oportunidad a los periodistas que si se preparan durante años y que terminan por regalar su trabajo a los medios de comunicación.

Actualmente Claudia Helena sigue cubriendo la fuente de Millonarios en el diario AS y se desempeña como profesora de radio deportiva en la Pontificia Universidad Javeriana en donde ha tenido muchas facetas buenas y malas pero lo que más se puede resaltar es la importancia que le da a su clase y sobre todo la exigencia hacia sus estudiantes.

4.2 La Niña que entrevistó a Pelé

A los 14 años por lo general todas las niñas están pensando en jugar a las muñecas o su paso de niña a mujer, pero este no es el caso de Blanca Luz Uribe. Durante unas vacaciones en Girardot se quedó en la casa de una amiga que su familia hacía parte de la alta sociedad de esa ciudad. Estando allí supo que en el estadio estaban jugando un campeonato nacional de fútbol juvenil, lo cual se le hizo espectacular a Blanca Luz y logró por intermedio de la familia de su amiga conseguir las boletas.

Los dueños del único periódico que en aquel entonces era el único que circulaba en Girardot eran precisamente la familia Niño, los mismos que la tenían alojada en su casa durante esas vacaciones. Blanca al terminar los partidos del campeonato lo primero que hacía era escribir crónicas de los encuentros que salían publicadas en el periódico El Diario de Girardot por intermedio de José Joaquín Niño quien era el dueño. Y fue a partir de ese momento cuando apenas siendo una niña de catorce años, Blanca Luz Uribe se creyó que era periodista deportiva.

En Medellín su ciudad de origen siempre asistía al estadio Atanasio Girardot siendo aún muy pequeña en compañía de su padre. A pesar de que son solo algunos recuerdos los que aún conserva de aquella época, el fútbol le parecía algo muy divertido, incluso su hermano mayor lo jugaba en compañía de sus amigos pero por supuesto ella por ser niña no lo hacía. Eso sí Blanca confiesa que si lograba sentir un poco de “envidia” al ver a su hermano jugar fútbol y que ella no podía hacerlo porque por supuesto en ese momento una niña no podía.

Pocos días antes de iniciarse el mundial de fútbol de México en 1970, Edson Arantes do Nascimento mejor conocido como Pelé estaba en compañía de la selección de Brasil en la ciudad de Bogotá en un Hotel del Barrio Teusaquillo. Al enterarse de esta visita, Blanca no se lo

pensó dos veces y sin siquiera ir a su casa a cambiarse se dirigió en busca de Pelé porque ella quería hacerle una entrevista.

Al llegar al hotel le dijo al portero que ella era periodista y que venía a entrevistar a Pelé. De inmediato lo mandaron a buscar y por supuesto a él le llamó mucho la atención esta niña en un uniforme de colegio, así que se sentaron a conversar como cual dos amigos y consiguió su entrevista

Antes de ir con su entrevistado le había contado a todos sus amigos y a toda la familia de lo que tenía planeado hacer por supuesto nadie en su momento le creyó a esa niñita de 14 años que conseguiría entrevistar a un jugador de fútbol y mucho menos que este sería Pelé. Al finalizar le pidió autógrafos para todo el mundo y así sería mucho más fácil que todos le creyeran que si había estado con el campeón brasileño pero lo mejor fue que al aparecer con ese regalo tan maravilloso para amigos y familiares, también le creyeron que era periodista.

Arturo Guerrero un periodista e intelectual muy destacado que en aquel entonces tenía un programa radial en radio Quince llamado Debates de la Juventud. Guerrero tuvo conocimiento de que Blanca Luz había sido esa niña que entrevistó a Pelé así que la buscó en el colegio para realizarle una entrevista donde ella contara que tal había sido esa experiencia y que se pasara en Debates de la Juventud. Si antes estaba convencida de que realmente era una periodista deportiva a partir de ese momento reafirmó que ese sería su camino.

Ya convencida al 100% que era periodista y que a eso se iba a dedicar entonces decidió ir donde Eucario Bermúdez en Caracol radio quien estaba haciendo y coordinando un espacio en la emisora Nuevo Mundo de Caracol los domingos por la mañana que se llamaba Monitor. Por supuesto aún estaba en el colegio y con esa chispa que la caracterizaba le dijo a don Eucario

Bermúdez que ella era una fiel radio escucha de su programa pero que allí hacía falta un espacio para los deportes.

Entonces fue cuando le pregunto que si ella podía hacer semanalmente el espacio deportivo en Monitor a ver qué pasaba, Eucario aceptó y le propuso escribir algo que durara entre seis u ocho minutos y que se lo trajera una semana después.

Blanca se sentaba a escribir para el programa y si tenía alguna falta de ortografía entonces Eucario se la corregía con un lápiz rojo para que estuviera perfecto antes de hacer la grabación. El texto que escribía semanalmente salía en Caracol los domingos por la mañana y estaba relacionado con algún tema deportivo que hubiese sido trascendental en esa semana que estaba terminando. Ese fue su inicio formal como periodista deportiva en un reconocido medio de comunicación.



Blanca en el estadio El Campin en un partido de Millonarios

Al salir de colegio contempló la posibilidad de estudiar derecho pero después rectificó y decidió estudiar Comunicación Social para ser toda una periodista deportiva. Estudió su carrera en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y simultáneamente trabajó en Radio Melodía haciendo programas deportivos e incluso programas para TV también dedicado a los deportes y, a partir de ahí se le fueron abriendo las puertas y se convirtió en la gran novedad.

En Radio Melodía trabajó con Mario Leyva Mejía, Saúl Jaramillo quien era el narrador conformaban un equipo muy particular y a muchos de los radio escuchas les llamaba la atención que una mujer estuviera en una cabina de radio hablando de fútbol. Por supuesto tenía que demostrar constantemente que si estaba preparada y de acuerdo con Blanca Luz a las mujeres nos ha tocado demostrar que si se sabe y no cometer ningún error pues a la hora de juzgar serán mucho más fuertes que con los hombres, porque si se equivocan es simplemente un error pero si somos nosotras entonces es absurdo y cómo es posible que se meta a hablar de cosas que son para hombres.

Los sábados por la mañana en la programadora Punch Blanca Luz presentaba un programa deportivo en vivo en el cual ella tenía que estar preparada porque el mínimo error se podría notar y de inmediato esto sería aprovechado por aquellos críticos que estaban esperando el error más pequeño para entrar a juzgarla. El programa pasaba los partidos de la liga de Alemania e Inglaterra que habían jugado como mínimo una semana antes pero que en Colombia en ese momento fue visto como la gran novedad.

Aun no se había casado pero si contaba con el apoyo de sus padres a quienes les parecía un poco gracioso pero se sentían orgullosos de que su hija estuviera hablando por radio y que además la podían ver en TV. No fue un apoyo incondicional pero si pensaban que si eso era lo que le gustaba entonces si estaban de acuerdo en que lo siguiera haciendo. Eso sí jamás la llevaron al estadio o la acompañaron a algún evento, pero esto no fue impedimento para Blanca que siempre se iba sola porque eso era lo que le gustaba y quería hacer.

En su momento se encontró con hombres que se resistían mucho a cederle su espacio a una mujer o alternar con una mujer un comentario deportivo. Considera que lo más duro para

iniciarse en este oficio fue el hecho de poder ganarse la credibilidad que hasta el día de su retiro la mantuvo y con creces.

“Se hace camino al andar” es la frase con la que Blanca Luz Uribe describe cuál ha sido su aporte al periodismo deportivo ya que considera que se abrió una brecha y dejó de ser una novedad que existiera una mujer periodista deportiva pues ahora hay muchas y muy buenas. Al igual que en los hombres o en cualquier otra profesión, el hecho de abrir la brecha fue su gran aporte a este campo del periodismo y por supuesto ejercer la profesión con dignidad, con respeto por el oficio y con el doble compromiso de dejar bien parado el género y por supuesto la profesión.

Muchas veces sintió discriminación en su trabajo e incluso existió una persona que al parecer ya no está en los medios y que por supuesto omite dar su nombre. Este personaje hacia todo lo posible para que ella no estuviera en el medio ya que él consideraba que le estaba quitando espacio a los hombres. Pero así como existían personas que querían ponerle trampas en el camino, también existieron muchas personas que la apoyaron y creyeron en sus capacidades tanto así que le fueron dando oportunidades en el medio.

Después de estar en Radio Melodía, en Caracol Radio, en Punch y en el periódico El Tiempo conocía a todos los periodistas deportivos con quien además coincidía en el Estadio El Campin y ya para ese entonces había terminado su carrera se había casado y había tenido a sus dos hijas. Luego entró a trabajar al diario El Espacio en donde tenía una sección que consistía en ir al hotel del equipo visitante que fuese a jugar con Millonarios o con Santa Fe todos los domingos. Allí escribía sobre el jugador o el técnico que fuese importante en ese momento para ese equipo, estando allí la llaman para que dirija la sección deportiva del noticiero Promec en la década de los 80 por lo que dejó El Espacio.

María Cristina Caicedo era la directora de la revista Millos del club Millonarios FC, que estaba apenas empezando, y quiso contar con Blanca Luz para que escribiera una columna semanal desde la óptica femenina. Al poco tiempo le propusieron ser la jefa de redacción de la revista y por supuesto Blanca no dudó en aceptar esta nueva oportunidad.

Caicedo salió de la revista y fue remplazada por Blanca Luz, la revista termina siendo todo un éxito ya que se alcanzaron a vender 20000 ejemplares en una época donde no existía el internet y que a través de esta revista era la única forma de saber qué era lo que estaba pasando en tu equipo.

Su vinculación con la Revista Millos llegó hasta el año de 1989 tras el asesinato del árbitro Álvaro Ortega ordenado por el Cartel de Medellín. A raíz de esto se suspendió el campeonato del fútbol profesional en Colombia y por ende la revista llegó a su fin.



Blanca Luz en la entrega de un premio al Pibe Valderrama

Después de su exitoso paso por la Revista, en compañía de Esperanza Palacio montó una empresa que se llamó Prensa Deportiva en donde hacían la jefatura de prensa de muchos eventos

deportivos con gran éxito hasta que Esperanza tuvo que devolverse a Medellín poniéndole fin a la sociedad y a la empresa.

Se la llevaron a trabajar a la Dimayor durante algunos años de la presidencia de Jorge Correa Pastrana, como jefe de prensa y de allí solo guarda gratos recuerdos en su corazón. Estando allí Francisco Feoli asumió la presidencia de Millonarios y la llamó para que volviera al equipo pero esta vez en calidad de jefa de prensa lo cual significó su segunda etapa en el equipo embajador.

Uno de sus logros más importantes durante el tiempo que estuvo al frente de la oficina de prensa de los embajadores fue la creación de un reality con el objetivo de buscar un joven entre los 16 y 19 años que pudiera convertirse en un jugador profesional para Millonarios. Este proyecto contó el apoyo de CityTv encargados de pasar el programa todos los domingos por las noches con gran éxito a nivel nacional. Fueron cuatro finalistas y el ganador fue Julián Martínez de la ciudad de Barranquilla y con solo 16 años.

Los cinco finalistas alcanzaron a entrenar con el equipo algunos meses aunque ninguno logró convertirse en jugador profesional. Luego vino el club de las mascotas que consistía en que a los niños se les comprara una tarjeta del hincha azul, que era algo así como su carnet de acreditación de hinchas de Millonarios pero que además les permitía salir con los jugadores a la cancha. Esto fue algo que instauró el equipo mucho antes que la FIFA lo implantara en todas sus competiciones internacionales.

La oficina de prensa encabezada por Blanca Luz, creó el equipo femenino de fútbol de Millonarios que contaba con el patrocinio de LG pero que además era un muy buen equipo que ganó mucho a nivel de Bogotá ya que hacía parte de la liga de fútbol que se disputaba en la capital. La falta del apoyo institucional fue una de las razones principales para que el equipo no continuara.

Su retiro del club se debió a motivos personales pues Blanca consideró que las personas que tenían las riendas del club en aquel entonces estaban haciendo cosas que iban en contra de los intereses de la institución y cuando los denunció ante las autoridades correspondientes decidieron sacarla después de 18 años dedicados al equipo.

Se puede decir que durante sus años como periodista nunca hubo un hecho que la marcara pero si existió un incidente desagradable con el técnico Vladimir Popovic y ella aún era la jefa de prensa razón por la que debía acompañar al equipo en sus viajes pero el entrenador no quería que se subiera al bus que los transportaba por el hecho de ser mujer. De inmediato contó con el apoyo del entonces presidente Ricardo Salazar quien no permitió que no la dejaran viajar con el equipo.

Para ella el cambio más importante que ha tenido el periodismo deportivo es sin duda alguna la aparición de tantas mujeres que se quieren dedicar a este oficio pues recuerda que en su época apenas era dos o tres niñas como máximo que se atrevían a jugar a ser periodistas como Gloria López en Cali, Esperanza Palacios en Medellín o como Olga Lucia Barona en Bogotá fueron las que por buenas periodistas lograron hacerse un nombre. En cambio ahora hay una cantidad increíble de periodistas y además tienen mucha calidad a la hora de hacer su trabajo.

Los medios digitales están jugando a favor de esta nueva generación de periodistas deportivas para poder llegar cada vez más a un número más eficiente de público. En la actualidad Blanca Luz está retirada de los medios de comunicación y está dedicada a un pequeño negocio que tiene en compañía de una amiga, eso sí no deja de estar pendiente de su Millos del alma.

4.3 Liliana Salazar, del laboratorio al estadio

Al terminar el colegio Liliana Salazar no tenía muy claro qué quería hacer con su vida pero si pensó que lo mejor sería estudiar alguna Ingeniería como para probar si eso era realmente lo que le gustaba. Empezó a estudiar Ingeniería Química pero se dio cuenta que eso no era lo que quería hacer con su vida hasta que finalmente tomó la decisión de hablar con su familia quienes la respaldaron 100% e inclusive la aconsejaron para que escogiera algo en donde realmente se pudiera desarrollar y ser feliz. De esa forma inicia el camino de Liliana Salazar en el periodismo.

Cuando comenzó a estudiar periodismo lo más importante era que quería entrar en un campo en el cual pudiera marcar la diferencia como mujer. Desde niña siempre sintió gran afinidad hacia los deportes en especial hacia el fútbol, así que por esa razón quiso ser periodista deportiva e incluso desde el primer día en la Universidad cuando se presentó delante de sus compañeros dijo que quería ser periodista de deportes.

Otra de las razones que la llevaron a tomar esta decisión se debe en gran parte a que siempre fue hinchada y asistió al estadio con frecuencia lo que la llevo a notar que no había mujeres cubriendo los partidos en estos escenarios deportivos pero que tampoco estaban en los noticieros presentando, así que se propuso intentarlo y lo logro.

Su primera experiencia laboral fue en el periódico El Tiempo, llegó porque allí tenían como expectativa que una mujer fuese la encargada de hablar acerca de los deportes en general eso si le dejaron muy claro que no haría fútbol y que no tendría algún tipo de relación con los equipos de la capital o con la selección Colombia.

Liliana supo esperar con paciencia hasta que finalmente un día la persona encargada de cubrir un partido no se presentó a trabajar y fue cuando le dieron su primera oportunidad , la cual

realizó con gran éxito y en el periódico se dieron cuenta que no era simplemente una niña que quería estar en un entorno de hombres como piensan algunos.

Estuvo en esa sala de redacción de deportes en una época en donde solo estaban periodistas hombres. Su crecimiento fue de la mano con cada oportunidad brindada para hacer algo de fútbol, oportunidades que Liliana supo aprovechar al máximo durante todo el tiempo que trabajó en el periódico El Tiempo.

Los canales privados nacen en Colombia en 1998 y uno de ellos fue RCN televisión quienes al ver todo el éxito que estaba teniendo Liliana en El Tiempo deciden integrarla a su equipo en el noticiero como periodista. Sus inicios no fueron fáciles ya que a pesar de haber demostrado sus capacidades muchos no estaban convencidos de ponerla a presentar pues delante de la cámara se veía muy niña y esto podría restarle credibilidad ante los televidentes.

Su gran oportunidad llegó en el año 2002 cuando los dueños de Univisión se percataron del gran trabajo que había hecho durante la Copa América de 2001. Llegaron a un acuerdo con RCN para que durante el tiempo que durara la competición, Liliana fuese parte del equipo que viajaría a cubrir la Copa del Mundo en Corea y Japón.

Ese hecho significó un gran cambio en la vida de esta periodista que un día pensó que su destino sería estar en un laboratorio químico y no en un estadio cubriendo partidos de fútbol. Tras su regreso a Colombia y luego de ver su gran desempeño durante el mundial presentando en Univisión los directivos del noticiero la incluyen como parte de sus presentadores siendo la única mujer hasta ese entonces en hacerlo.

Su primer mundial en Corea y Japón sin duda alguna ha sido una de las experiencias que más impacto ha tenido en su carrera, ya que el simple hecho de estar viviendo esa experiencia le permitió conocer otras culturas y probarse asimismo como profesional y como persona, debido a

que ese era un entorno bastante complejo por las condiciones climáticas pero sobre todo por la barrera del idioma hablar Inglés no era suficiente.

A pesar de las dificultades con las que se haya podido encontrar Liliana durante el tiempo que estuvo fuera del país, considera que gracias al trabajo que hizo estando en RCN televisión como reportera de deportes fue lo que le permitió ser escogida como la presentadora de Univisión y esto marcó su carrera.

Eso sí aunque sea presentadora de televisión para ella es muy importante dejar en claro que por encima de todo es una reportera y que por supuesto está capacitada para poder cubrir cualquier evento porque su base sigue siendo la reportaría.



Haciendo reporteria desde el Metropolitano de Barranquilla

De acuerdo con Liliana el periodismo deportivo en Colombia ha venido creciendo y desde hace un buen tiempo se les han venido abriendo puertas a las mujeres que poco a poco se han convertido en indispensables y no como un adorno sino como protagonistas que son participes

permanentes de los grandes momentos deportivos que el país ha vivido en los últimos años como las clasificaciones a los campeonatos mundiales o las buenas presentaciones en los Juegos Olímpicos.

Liliana asegura que en la actualidad es normal que la gente prenda sus televisores y vea a una mujer hablando de deportes e incluso leer artículos escritos por mujeres en los diarios más importantes del país firmado por mujeres o prender el radio y encontrarse con la voz de una mujer transmitiendo desde la cabina o desde el camerino haciendo un análisis exhaustivo de un partido de fútbol sin ningún tipo de problema.



En el set de Win noticias

Liliana explica cuál podría ser su aporte al Periodismo Deportivo ya que se convirtió en la primera mujer que recibió un voto de confianza y en la cual creyeron. Pero realmente la base de todo ha sido su disciplina y en esto hace una pequeña comparación de profesión con el fútbol, en donde constantemente hay que prepararse levantarse temprano, entrenar para llegar a ser titular. Ella hace lo mismo a diario para seguir construyendo su camino e incluso el día en que Liliana Salazar no se quiera levantar temprano será porque realmente está pensando en dedicarse a otra cosa diferente al periodismo.

Durante catorce años los televidentes de Noticias RCN se acostumbraron a verla los fines de semana presentando la sección de deportes pero en el año 2012 decidió que necesitaba seguir creciendo como profesional sobre todo que necesitaba un poco más de acción.

Ese mismo año nace en Colombia Win Sports siendo el primer canal deportivo en el país centrado en la emisión del fútbol. Además cuenta con diferentes noticieros y magazines informativos que tienen la actualidad deportiva y las noticias más relevantes del momento. En la actualidad Liliana hace parte del equipo periodístico de Win permitiéndose desarrollar todas sus capacidades como periodista pero sobre todo como reportera pues en las mañanas presenta el magazín Kick Off y Noticias Win.

4.4 Juliana Salazar, la Reina de la Radio

Desde pequeña Juliana sintió una conexión especial entre el deporte y el periodismo a tal punto que desde la primaria ya escribía sobre deportes pero en especial acerca de algún partido al cual asistió en compañía de su padre al estadio Fernando Londoño que actualmente es el Palo Grande de Manizales a ver su amado Cristal Caldas como se le llamó inicialmente pero que en la actualidad es el Once de Caldas.

Después de cada partido Juliana llegaba a su casa y se sentaba a escribir en un diario donde contaba anécdotas de todo lo que le pasaba en el colegio con sus amigas y por supuesto allí también plasmaba todo lo relacionado con el deporte.

De esta forma pudo combinar dos de las cosas que más amaba que eran la literatura y el deporte, lo cual sirvió para que desde niña estuviera convencida completamente que quería ser periodista deportiva porque es algo que ama pero sobre todo siente que es algo que lleva en sus venas.

A sus 17 años apareció en su vida Martín Alfonso Henao cuando Juliana cursaba segundo semestre de comunicación en la Universidad de Manizales y en donde Martín dictaba periodismo deportivo y al mismo tiempo dirigía Panorama del Deporte en Todelar radio. Por lo general en sus tiempos libres Juliana solía comprar el Diario Deportivo y el Nuevo Estadio para leerlos y estar empapada de todos los acontecimientos deportivos que pasaban en el país.

Mientras realizaba una de sus lecturas por los pasillos de la Universidad, Martín se percató a lo que se dedicaba su estudiante durante sus ratos libres y un día le dijo que si ella quería ser periodista deportiva a lo cual Juliana respondió que sí y que por esa razón trataba todo el tiempo de prepararse de la mejor manera posible.

Es allí cuando su profesor la invita a integrarse a Panorama del Deporte para que se diera cuenta de si eso era realmente a lo que se quería dedicar.

Así se dio el inicio de esta reina en el periodismo deportivo trabajando en Panorama del Deporte de lunes a viernes de seis a siete de la noche y los fines de semana haciendo las transmisiones de la primera C. Con el transcurso del tiempo fue ascendiendo y llegó a transmitir los partidos de fútbol del Once Caldas en el Palo Grande. Martin Alfonso Henao es alguien a quien Juliana le agradecerá toda la vida haberle dado esa primera oportunidad y el poder cumplir su sueño de ser periodista deportiva.

Para el año 2002 Juliana estaba a punto de culminar sus estudios universitarios y se le dio la oportunidad de realizar sus prácticas en CMI bajo las órdenes de Cesar Augusto Londoño quien en ese entonces era el jefe de deportes. A los dos meses de estar en el noticiero Yamit Amat toma las riendas de CMI quien no estaba muy de acuerdo con tener a mujeres en la sección de deportes porque no consideraba que las mujeres estaban lo suficientemente preparadas y que no tenían la credibilidad suficiente para hablar de deportes.

Juliana logro demostrarle a Yamit con trabajo, con esfuerzo, con dedicación y con cada nota que salía al aire que su trabajo era muy bueno, así que Yamit no tuvo otra opción que aceptar que la reina se quedara trabajando en CMI.

Cesar Augusto Londoño además de su jefe se convirtió en su mentor en la persona que fue guiando su camino y le mostro las cosas más importantes de su profesión que le han permitido seguir aplicando sus enseñanzas en Caracol radio en donde coincide nuevamente con Cesar Augusto quien no solamente le enseña en la parte profesional sino que además le ha demostrado lo importante que es ser una persona integral para un periodista.

El automovilismo es uno de los deportes que más le apasionan a Juliana a tal punto que siempre compraba libros relacionados al automovilismo y por supuesto siempre ha sido seguidora del corredor colombiano Juan Pablo Montoya. En cierta ocasión Montoya vino a Colombia cuando Juliana estaba realizando sus prácticas en el noticiero, Cesar Augusto, la envió como corresponsal de CMI a la entrevista con el piloto colombiano.



Con el equipo de Caracol radio cubriendo un partido desde el Campin

Montoya antes de iniciar la rueda de prensa y las entrevistas individuales le pidió a la prensa que bajo ninguna circunstancia le preguntaran por el piloto alemán, Michael Schumacher. En un principio esto modificaba los planes de Juliana pues Yamit Amad le había manifestado que precisamente ese era el tema que les interesaba tratar en el noticiero.

Cuando finalmente llegó el turno de Juliana dio inicio a su entrevista preguntando sobre las cinco últimas validas que faltaban, sobre el carro, el motor, hasta que a la mitad de la entrevista se atrevió a preguntar por Schumacher sin importar las consecuencias que esto podía traer.

Al escuchar la pregunta el piloto se quedó completamente en silencio por unos tres segundos hasta que finalmente respondió a la pregunta hablando de manera natural acerca de su relación con su compañero en la Formula 1.

Fue tal el éxito que tuvo la entrevista de Juliana a Juan Pablo Montoya que al día siguiente en pleno consejo de redacción Yamit hizo que se sentara a su lado para felicitarla delante de todos sus compañeros y resaltando que una practicante se atrevió a preguntarle al piloto algo que ningún otro periodista hizo.

Para Juliana el haber hecho parte del noticiero CMI es algo que la hace sentir muy orgullosa pues no solamente se formó como profesional y en lo personal si no que a partir de allí logró la consolidación de su carrera y le sirvió como una especie de trampolín para poder llegar hasta el lugar en donde está actualmente.

El haber iniciado desde tan joven en los medios de comunicación le dio a Juliana una gran experiencia que le permitió ir poco a poco escalando dentro de su profesión, pues tuvo la oportunidad de trabajar como jefe de prensa del Once Caldas, en el periódico la patria de Manizales y es, precisamente por eso que llegó a Caracol radio Manizales de la mano de Mariela Márquez quien en ese entonces era la directora de noticias.

Mariela le dijo que debía entrar a remplazar a Javier Giraldo Neira quien se iba a retirar de Caracol y estaban buscando a la persona para remplazar al comentarista deportivo más importante que ha tenido Caldas en toda su historia.

Luego de una serie de entrevistas y de estudiar hojas de vida de diferentes personas, en Caracol apostaron por Juliana para que fuese la persona encargada de dar ese cambio en Caracol radio Manizales y que mejor forma de hacerlo que con una mujer. De esa forma asumió la dirección de deportes en la emisora en donde estuvo durante dos años y cuatro meses, hasta que

John Camacho de Caracol radio Bogotá la llama para que se traslade a la capital en donde el próximo julio cumplirá cuatro años.

Por supuesto todos estos logros han significado un gran orgullo para sus padres pues han visto como todo el esfuerzo y la preparación que Juliana ha tenido a lo largo de su carrera, ha dado sus frutos, pero sobre todo que los valores que le inculcaron desde niña han servido para consolidarla como la periodista que es hoy.



Haciendo el Carrusel deportivo desde las instalaciones de Caracol radio.

Juliana considera que el periodismo deportivo en Colombia está creciendo y tomando mucha más conciencia de la preparación que se debe tener, aunque es cierto que en el país aún los periodistas son más futboleros que, periodistas deportivos integrales en cuanto a otras disciplinas. Es obvio que el fútbol acapara un 60-70% de toda la información deportiva pero cuando se tiene la capacidad de conocer otras disciplinas y explorarlas el periodista se vuelve mucho más integral.

En el caso de Juliana en particular ella ha tenido la oportunidad de explorar otras disciplinas a raíz de su experiencia cubriendo los juegos centroamericanos ella pudo conocer diferentes

disciplinas. El periodismo está avanzando y se le está dando un lugar a clave a la mujer, a las que están haciendo este camino les están dando un espacio porque han trabajado y se lo han ganado.

Día a día con su trabajo, la preparación, el respeto pero sobre todo la responsabilidad que se tiene con un micrófono, y la manera en que ella informa son algunos de los aportes que Juliana considera que tiene en el periodismo deportivo. La preparación es algo interminable para poder ser lo más coherente posible y responsable con la información, porque del otro lado están los oyentes que tienen sentimientos e hinchas por un equipo, así que se debe ser muy responsable con la información que se transmite.

Más allá de ser mujer Juliana considera que el simple hecho de generar o sembrar una semilla que le permita a todas las personas que vienen detrás y que están soñando, que todo se puede cumplir y que los sueños si se hacen realidad.

Actualmente Juliana es parte del equipo de Caracol radio en donde tiene la oportunidad de compartir equipo de trabajo con Cesar Augusto Londoño, Edward Acero, Gabriel Chemas Escandón y tantos otros periodistas en donde día a día demuestra todas sus capacidades.

QUINTO CAPITULO

Conclusiones

La realización de este trabajo me permitió ratificar, a través de las historias de las periodistas deportivas en Colombia, que las dificultades que atraviesan las mujeres en el periodismo deportivo son reales y tienen cierta vigencia. Por un lado se advierte, que en algunas ocasiones necesitaron estar apadrinadas por un hombre con cierta autoridad en los medios, mientras que en otras se produce acoso laboral debido a que ellas están aparentemente en espacios inapropiados para las mujeres. La desigualdad salarial es otro de los aspectos que se confirma en esta investigación y es que aun cuando las mujeres realicen las mismas actividades que los hombres, son sobrevaluadas, se les magnifican sus errores. Las mujeres son subvaloradas, de esta manera, se pone en duda saber y su credibilidad.

Todas las entrevistadas tienen formación profesional en comunicación o periodismo. Al comparar su formación con la de algunos periodistas famosos del medio, se hace evidente que los hombres están habilitados para ser periodistas deportivos sin tener la formación necesaria, mientras se hace casi imposible para una mujer ingresar y mantenerse en el medio sin una educación formal en el tema.

Es evidente que la desigualdad de género en el ámbito deportivo si está ligada a los aspectos expuestos en el Marco Teórico. Se ratifica la existencia de un sexismo informativo, donde las periodistas deportivas en Colombia han tenido que realizar la cobertura de algunos deportes antes de ser consideradas dignas para hacer periodismo sobre los deportes más masculinos. También se evidencia que uno de los posibles focos de desinterés por el deporte es motivado por la falta de incentivo en la educación familiar como formal para participar de los deportes.

Estas cuatro mujeres relataron sus experiencias de acercamiento al deporte en la niñez, dejando ver que los padres juegan un papel fundamental en la relación de las niñas con el deporte; la mayoría de las veces son ellos quienes cuestionan el acercamiento de las hijas al deporte, algunas veces incluso en la vida adulta. Frente a la paridad resulta sorprendente ver que en algunos casos el éxito de la mujer en los medios de comunicación ha sido tan espectacular que han logrado realizar actividades de emprendimiento y asumir cargos importantes en el campo del periodismo deportivo.

Cada una de las entrevistadas ha contribuido a evidenciar y visibilizar los problemas de desigualdad de género que vivieron y algunos que todavía están vigentes; sin embargo, cada una de ellas también contribuye a visibilizar la capacidad femenina y su empoderamiento para cambiar la desigualdad. Claudia Helena, comunicadora social, restituye la pasión femenina por el deporte a través de sus múltiples galardones y premios. Su historia de vida da cuenta de los sucesos que debe pasar una mujer para ser tomada en cuenta, debido a su impecable profesionalismo. Con ella es con quien se inaugura la historia de las periodistas deportivas y se hace necesario que su nombre sea un referente histórico en el empoderamiento femenino.

La historia de Blanca Luz Uribe, comunicadora social, recalca la imposibilidad de las niñas para acceder a deportes dominados por los hombres. No solo es que existe como una especie de prohibición explícita en la práctica de esos deportes, sino la desestimulación y falta de incentivos para que las mujeres exploren en los múltiples deportes disponibles.

Su iniciativa para hacer y dirigir prensa deportiva es un motivo de orgullo pero sobre todo marcó un hito en la historia de las periodistas deportivas. Con ella se demostró que las mujeres son tan capaces como los hombres para dirigir espacios deportivos desde el periodismo. Sus

aportes son trascendentales, teniendo en cuenta que con ella se creó la primera liga femenina de fútbol del equipo de Millonarios.

Con la historia de Liliana Salazar se reflejan los aspectos más básicos del sexismo informativo. Y es que con ella es fácil ver el tipo de acceso al medio que tienen las mujeres con la delegación de ciertos contenidos; particularmente, se hace evidente que el fútbol es un deporte predominantemente masculino y que, en general se tiene que evitar que las mujeres aborden la agenda deportiva del país que está más relacionada con la masculinidad.

También se recalca la constante evaluación, su participación en el medio despertó sospechas en los hombres acerca de sus capacidades y habilidades. Su historia está marcada por ser la primera presentadora de deportes en un noticiero de televisión, cubriendo los mundiales de fútbol.

Con Juliana Salazar se puede observar que el acceso de algunas mujeres al medio está mediado por el visto bueno de un hombre, es decir, que ellas sin el respaldo de algún hombre del medio no cuentan con el valor real que merecen. En su caso, la credibilidad de las mujeres no solo está mediada por lo que piensan los especialistas hombres, sino que se sopesa el valor de las periodistas en virtud de cuán aceptadas sean por el público.

Con las cuatro protagonistas se puede destacar un aspecto y es que además de su profesión, todas desde temprana edad han sido protagonistas en el deporte. Sus historias son realmente excepcionales pero dentro de esa excepcionalidad se resalta algo delicado y es que las mujeres deben esforzarse el doble para poder ser admitidas en los medios.

Es probable que las historias de los hombres que entran al periodismo deportivo y han tenido una vida exitosa en el medio, no tengan vivencias llenas de esas excepcionalidades, lo más

probable es que para ellos no es tan necesario destacarse desde niños, ni tener un sueño de vida tan temprano acerca del periodismo para poder acceder a él.

Desde el punto de vista del dominio masculino, da la sensación que en las narraciones de las cuatro protagonistas siempre hay algún hombre que siente que se ha puesto en riesgo su papel y su espacio. Se podría decir que para algunos hombres es inaceptable e incluso es un alto desprestigio que una mujer sea mejor que ellos en algo a lo que se han dedicado toda su vida y que ha sido un espacio completamente privilegiado.

En este sentido el acceso de las mujeres al periodismo deportivo resulta amenazador en múltiples dimensiones: por un lado, se les asocia como factores de no credibilidad, lo cual es perjudicial para el éxito del medio, ya que ningún programa estará dispuesto a tener dentro de sus filas a un periodista que no goce de credibilidad.

Esto tiene que ver con cierto miedo de que la mujer pueda ser un factor para poner en riesgo el éxito, se puede relacionar con una lógica de “mejor malo conocido, que bueno por conocer”. Por otro lado, la mujer implica cierta amenaza para el espacio masculino puesto que resulta de cierta manera asombrosa que en las condiciones de construcción del deporte para cada género una mujer obtenga mayor éxito que los hombres. En este sentido, podría decirse que algunos hombres se sentirían heridos y trastocados en uno de sus espacios hegemónicos, si bien ellos no lo reconocen como hegemónico.

Queda por evaluar con más precisión las diferentes maneras en que se perpetúa la desigualdad de género con el acceso de las mujeres al periodismo deportivo respecto a la profesionalización. En primer lugar, destaco que las cuatro protagonistas son profesionales en comunicación y están completamente capacitadas para ejercer el periodismo. A diferencia de las figuras públicas nacionales del periodismo deportivo, parece que ellas sólo han podido acceder al medio a través

de la profesionalización. Los estudios que señale dentro de esta investigación evidenciaron que en Colombia la mayoría de los periodistas carecen de formación profesional para el desarrollo de sus actividades periodísticas.

En conclusión, se logró la producción de un podcast con la visibilización de las voces femeninas históricas del periodismo deportivo. Se expusieron sus historias de vida, sus experiencias dentro del periodismo y sus dificultades para lograr el éxito profesional. Los podcast hacen especial énfasis en la temática femenina y se orienta a un público femenino con el firme propósito que conozcan cuatro historias de mujeres que han contribuido al periodismo deportivo desde el empoderamiento femenino.

Los objetivos planteados dentro de esta investigación se cumplieron a cabalidad ya que se lograron las entrevistas con cuatro de las periodistas deportivas más importantes y que contribuyeron a construir la historia del periodismo deportivo femenino en Colombia.

Se logró además la publicación de los podcast en Souncloud una de las plataformas digitales, en donde aún continua el proceso de difusión a través de las redes sociales.

Por último se logró la creación de cuatro crónicas cada una dedicada a cada protagonista. Estas crónicas permitieron destacar la importancia de la mujer en el periodismo deportivo.

Estos podcast han sido la oportunidad para realizarles un homenaje a estas cuatro mujeres en donde no solamente ellas están contando su historia sino que sus colegas periodistas tienen palabras para rescatar sus virtudes a la hora de ejercer el periodismo deportivo en Colombia.

En un futuro se espera poder contar con la participación de múltiples figuras deportivas y otras periodistas con el fin de que sus historias sean expuestas en su propia voz. Está claro que las historias de estas mujeres han abierto paso a otras que todavía requieren de un análisis profundo

sobre las condiciones discursivas en que se transforma el medio, es decir , en qué medida se ajustan o son ajustadas a las practicas discursivas de la masculinidad hegemónica.

Referencias Bibliográficas

- Abril Vargas, N. (2007). Las mujeres en los media. En *Utopía informativa: Propuestas para un periodismo más social* (pp. 24–28). Bilbao: HEGOA.
- Ávila Bejarano, J. S. y Orjuela Rincón, E. F. (2018). Balance histórico sobre el periodismo deportivo en Colombia (Tesis). Universidad Santo Tomás, Bogotá, D.C.
- Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujà, M. y Puig, M. (2000). El sexo de la noticia: Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo (1ª ed.). Akad-emeia Sociedad y opinión: Vol. 4. Barcelona: Icaria.
- Badinter, E. (1993). *XY, la identidad masculina*. Madrid: Alianza Editorial.
- Barrios Rubio, A. (2011). De la onda a la web: Paralelo entre la radio convencional y la radio virtual (Primera edición). Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Facultad de Ciencias Humanas Artes y Diseño.
- Bernal Rodríguez, M. (1997). *La crónica periodística: Tres aproximaciones a su estudio*. Sevilla: Padilla Libros.
- Bernal Triviño, A. I. (2014). *Herramientas digitales para periodistas: Guía práctica para el periodismo “online”* (1ª ed.). Comunicación: Vol. 341. Barcelona: Editorial UOC.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory [Actos performativos y construcción del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista]. *Theatre Journal*, 40(4), 519.
<https://doi.org/10.2307/3207893>
- Cárdenas Remache, S. M. (2017). Análisis del rol de la mujer periodista en los programas deportivos de radio Diblu 88.9 FM y su percepción en jóvenes de 20-25 años del sur de Guayaquil (Tesis). Universidad De Guayaquil.

- Cardona Alvear, María los Ángeles. (2012). Situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador: ventajas y desventajas, desde el enfoque de género y la comunicación (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Casadiego Castro, M. C. (2018). Cinco décadas de mujeres periodistas deportivas (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, D.C.
- Chanamé, L. P. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Correspondencias & Análisis*, (6), 185–196.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2^a ed.). Berkeley: University of California Press (Trabajo original publicado en 1995).
- Dueñas, M. A. (2016). La banca deportiva: el impacto de los nuevos medios en el periodismo deportivo (Tesis). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, D.C.
- Fernández Ochoa, M. (2015). Rol de la mujer en el periodismo deportivo. Canal CDM (Tesis).
- Gallagher, M. (2001). *Gender setting: New agendas for media monitoring and advocacy*. London, New York, New York: Zed Books in association with WACC, London; Distributed in the USA exclusively by Palgrave.
- Gallego Ayala, J. y Altés, E. (Eds.). (2002). *Comunicación: Vol. 1. La prensa por dentro: Producción informativa y transmisión de estereotipos de género* (1^a ed.). Barcelona: A. Romero.
- García Buenaventura, M. V. (2015). Inserción de la mujer en el campo profesional del periodismo deportivo, visión e incidencia de las socias en la Asociación de Periodistas Deportivos de Pichincha (APDP), durante el año 2014 (Tesis). Universidad Central del Ecuador, Quito.

- García Jurado, M. J. (2015). Análisis de género de la participación de la mujer en el periodismo deportivo en la televisión ecuatoriana, canales de Guayaquil (Tesis). Universidad De Guayaquil, Guayaquil.
- Gargurevich, J. (1982). Géneros periodísticos. Quito: Belén.
- Gastaldo, E. (2001). A forja do homem de ferro: a corporalidad nos esportes de combate. En O. Fachel Leal (Ed.), *Corpo e significado: Ensaio de antropologia social* (2^a ed., pp. 205–225). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Trabajo original publicado en 1995).
- Gilmore, D. d. (1994). *Hacerse hombre: Concepciones culturales de la masculinidad* (1^a ed.). Barcelona: Paidós Ibérica.
- González, J. C. G. (2004). La crónica periodística. Evolución, desarrollo y nueva perspectiva: viaje desde la historia al periodismo interpretativo. *Global Media Journal México*, 1(1).
- González-Conde, M. J. y Salgado-Santamaría, C. (2009). Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting. *Comunicar*, 17(33), 45–54. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-004>
- Guerrero Salazar, S. (2006). El discurso sexista de los medios de comunicación. En R. Cremades García y E. Núñez Cabezas (Eds.), *Lectura, escritura y comunicación* (pp. 81–106). Málaga: VG ediciones.
- Gutiérrez Pequeño, J. M. (2002). Mujer, deporte y medios de comunicación. *Mujeres, hombres y medios de comunicación*, 2, 259–264.
- Herrero Gutiérrez, F. J. (2011). La nueva era radiofónica con programas emitidos exclusivamente online. Estudio de caso: los programas deportivos en las emisoras Ser y Cope.

- En J. Sierra Sánchez (Ed.), *Biblioteca de ciencias de la comunicación: Vol. 52. La tecnología audiovisual al servicio de la sociedad* (pp. 105–119). Madrid: Fragua.
- Kaufman, M. (1989). *Hombres: placer, poder y cambio*. Santo Domingo: Centro de Investigación para la Acción Femenina.
- Lastra Pérez, G. (2014). *El periodismo deportivo en Twitter: análisis del uso de la herramienta por parte de los profesionales de la información* (Tesis). Universidad Europea Madrid.
- Martínez Albertos, J. L. (1984). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- Messner, M. A. (1992). *Power at play: Sports and the problem of masculinity. Men and masculinity*. Boston: Beacon Press.
- Messner, M. A. y Sabo, D. F. (1990). *Sport, men, and the gender order: Critical feminist perspectives*. Champaign Ill.: Human Kinetics Books.
- Mintegui, C. D. (1996). *Deporte y construcción de las relaciones de género*. *Gazeta de Antropología*, 12.
- Osorio González, A. K. (2013). *Elementos que conforman el quehacer del periodista radial en los noticieros matutinos de las emisoras Caracol Radio, RCN la Radio y Radio Matecaña de Pereira* (Trabajo de grado). Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira.
- Paniagua Santamaría, P. (2003). *Información deportiva: Especialización, géneros y entorno digital* (1ª ed.). Madrid: Fragua.
- Pedraza Bucio, C. I. (2012). *Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes*. *Derecho a comunicar*, (4), 46–69.
- Peralta Baéz, M. F. (2017). *Historia de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador* (Tesis). Universidad de las Américas, Quito.

- Peschiera Chanamé, L. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. 2172-9077, (6), 185–196.
- Pinzón García, J. F. y Tejada Chavarro, C. A. (2010). Evolución de la entrevista y el reportaje en el periodismo deportivo de prensa en Colombia durante los últimos diez años (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, D.C.
- Pita Ávila, M. E. (2014). Equidad y participación de la mujer en el ejercicio profesional del periodismo deportivo (Tesis). Universidad De Guayaquil, Guayaquil.
- Restrepo Chica, C. y Rodríguez Arango, S. L. (2015). Mujeres al Camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo (Tesis). Universidad Católica de Pereira, Pereira.
- Rojas-Torrijos, J. L. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. Vivat Academia, (113), 1–15.
- Romero Bejarano, H. J. (2011). La digitalización de la radio deportiva. Fonseca, Journal of Communication, (3), 132–152.
- Romero Bejarano, H. J. (2014). El ejercicio profesional de la mujer en la emisión del magacín deportivo de radio: Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla.
- Sage, G. H. (1998). Power and ideology in American sport: A critical perspective (2nd ed.). Champaign IL: Human Kinetics.
- Sage, G. H. y Eitzen, D. S. (2016). Sociology of North American sport (10^a ed.). New York: Oxford University Press.
- Sánchez, J. F. y López-Pan, F. (1998). Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma. 1132-127X.

Solano Fernández, I. M. y Sánchez Vera, María del Mar. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 125–139.

Varela, N. (2013). *Feminismo para principiantes* (1ª ed.). No ficción. Barcelona: B de Bolsillo.

Vigara Tauste, A. M. (2009). De sexismo, lenguaje, discurso y discriminación de género. En A. M. Vigara Tauste y E. Forgas Berdet (Eds.): Vol. 53. *Ensayo, De igualdad y diferencias: Diez estudios de género* (1ª ed., pp. 11–18). Madrid: Huerga & Fierro.

Zambrano Ayala, W. R. (1992). *Tarjeta amarilla: al periodismo deportivo radial colombiano*.