

EL ROL FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO

Jenny Yizeth Prieto Ramos

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad Ciencias de la Comunicación

Comunicación Social y Periodismo

Bogotá D.C.

2017

EL ROL FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO

Autora

Jenny Yizeth Prieto Ramos

Presentado para optar al título de: Comunicadora Social y Periodista

Directora

Mg. Cecilia Andrea Acosta Sánchez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad Ciencias de la Comunicación

Comunicación Social y Periodismo

Bogotá D.C.

2017

Agradecimientos

A Dios y la vida por permitirme culminar una investigación que genere conocimiento útil a la sociedad.

A mis padres y hermana por su fe, paciencia y aliento en cada momento. Por el apoyo incondicional para terminar este trabajo.

A Sebastián por su ayuda y guía en el recorrido de este proyecto.

A mi tutora Cecilia Andrea por su paciencia, tiempo y conocimientos invertidos en una apuesta investigativa.

A la Universidad Minuto de Dios y la Facultad de Ciencias de la Comunicación por la formación profesional que me permitió presentar esta monografía.

A mis amigas y amigos que me alentaron para no desistir y creyeron que era posible culminar esta investigación.

Tabla de Contenidos

Resumen	5
Abstract	6
Capítulo 1: La profesión que desafía al género: Periodistas deportivas y su reconocimiento desde la comunicación	7
Capítulo 2: La mujer en el periodismo deportivo: su rol en la profesión	19
2.1 El desarrollo profesional de la mujer en el periodismo deportivo	19
2.1.1 Contexto internacional de la mujer en el periodismo deportivo	20
2.1.2 Colombia y la mujer en el periodismo deportivo	32
2.2 La Comunicación y el rol femenino en el periodismo deportivo desde el contexto comunicativo	37
2.2.1 Comunicación y Género	38
2.2.2 Comunicación y Cultura	46
2.2.3 Comunicación y Deporte	51
Capítulo 3: Voces colombianas: experiencias, análisis y conclusiones	57
3.1 Propuesta Metodológica	57
3.2 Análisis de información	60
3.3 Conclusiones	81
Bibliografía	85
Anexos	90

RESUMEN

Este trabajo de investigación surge tras 7 años de interés personal en estudiar la realidad de la mujer como periodista deportiva en el contexto nacional. Es por ello que este trabajo se enfoca en el rol de la mujer en este ámbito laboral y la contextualización de los espacios en los que han incursionado.

Como resultado, se presenta la caracterización del papel que desempeñan las mujeres en el periodismo deportivo tras años de participación en este campo, originado gracias al cambio paulatino que han tenido los medios de comunicación al permitir que se incluya una participación femenina que ofrece nuevas percepciones del deporte a pesar de que exista una tradición masculina en el rubro.

El entorno en el que se sitúa este fenómeno es la cultura colombiana, debido a las concepciones del papel femenino en la sociedad, este país ha tenido un proceso de adaptación más lento que otros países hispanos con relación a la mujer como periodista deportiva (como se desarrolla en el contenido de este trabajo).

Además, la comunicación se ve como mediadora de estos procesos de inclusión, pues si bien las periodistas en el campo deportivo surgieron décadas atrás, ha crecido el auge de mujeres en los últimos años que presentan, comentan y cubren las fuentes deportivas en distintos medios de comunicación y en diferentes formatos.

Finalmente, el resultado de la investigación se basa en la comparación de fuentes de información (tanto antecedentes como teorías), con entrevistas que permiten recolectar opiniones y experiencias de periodistas deportivas colombianas en el medio, permitiendo un análisis de la realidad del rol que ejercen las mujeres en la actualidad.

PALABRAS CLAVE

Mujer, género, comunicación, periodismo deportivo, estereotipos.

ABSTRACT

This investigation work emerges after years of personal interest in the field of women as a sports journalist, for that reason this article focus on the role they play in this workplace and the contextualization of the space in which they have entered. As a result, the characterization of the role of women in sports journalism is presented after years of adaptation to this field, resulting in the gradual change that the media has had by allowing a feminine participation that offers new perceptions of sports even though there is a male tradition in the field.

The environment in which this phenomenon is located is in the Colombian culture, due to its conceptions of the feminine role in society this country has had a slower process of adaptation than other Hispanic countries in relation to women as a sports journalist (this will be developed in the content of this work). In addition, communication is seen as mediating these inclusion processes, although women journalists in the field of sports emerged decades ago, there has been a rise of women in recent years that present, comment and cover sports sources in different media and in different formats.

Finally, the research results are based on the comparison of sources of information (both background and theories), through interviews that allow to collect opinions and experiences from Colombian sports journalists in the environment, allowing an analysis of the reality of the role played by Women today.

KEYWORDS

Woman, gender, communication, sport journalism, stereotype.

Capítulo 1

La profesión que desafía al género: Periodistas deportivas y su reconocimiento desde la comunicación

El periodismo deportivo en Colombia se ha transformado a lo largo de su existencia en el país. Si bien no nació de manera planeada sino espontánea, ha logrado consolidarse y tener acogida en el público general. Por medio de la prensa comenzaron las apariciones de noticias relacionadas, el primer registro de un cubrimiento completo surge desde los Juegos Panamericanos que se celebraron en Barranquilla en 1935, siendo los periódicos tradicionales como El Tiempo y El Siglo, los primeros en incursionar en el campo (Pinzón y Tejada, 2010, pág. 33). Luego surgió la radio como herramienta fundamental para realizar las transmisiones de carreras ciclísticas, partidos de fútbol y otro tipo de eventos deportivos.

La cadena Todelar en la época de los 70, fue pionera en el formato radial, por lo que el auge de esta rama periodística tomó fuerza. Allí se dieron a conocer los que hoy son pilares de los medios de comunicación en el país; personajes como William Vinasco, Ernesto Ramírez Vanegas, Jorge Enrique Pulido, Antonio Pardo, Alberto Acosta, y otros, según lo explica García, G. (2011), reconocido periodista del medio.

Sin embargo, todo esto no hubiera sido posible sin el aporte de Carlos Arturo Rueda, narrador oriundo de Costa Rica y con afinidad hacia el ciclismo, béisbol, boxeo, fútbol y demás deportes; al llegar a Colombia en 1934 propuso transmisiones deportivas a la emisora Nueva Granada, dando espacio a un formato nuevo en los medios gracias a sus narraciones (Acord Bogotá, s.f.). “El Colorado”, como lo llamaban sus compañeros, incursionó en la prensa deportiva gracias a la aceptación en El Espectador y transmitió diferentes eventos como La Vuelta a Colombia, lo que dejó recordación en programas como “Momento Deportivo” y el legado de la locución en Colombia.

A través de los años, las mujeres también han incursionado en los medios de comunicación, periodistas como Alba Lía Medina, Leticia Palacios y Erika Krum comenzaron a hacer historia en la inclusión femenina en los espacios radiales (García, G., 2011) y posteriormente en la televisión; sin embargo, el papel de la mujer en el periodismo deportivo colombiano es un fenómeno reciente que poco a poco ha logrado una mayor visibilización. Una de las pioneras en esta materia es Claudia Helena Hernández, periodista bogotana con una trayectoria de más de 30 años, consolidada en la radio y medios escritos como AS Colombia¹ para ella su meta es cubrir un mundial de fútbol, como lo afirma en entrevista con Enrique Delgado, periodista y editor de diarios online como Terra y AS.

Otras periodistas como Blanca Luz Uribe, Margot Ricci, Martha Herrera y Olga Behar incursionaron en la presentación de secciones deportivas en canales como Telediario y Cinevisión. Desde entonces, las mujeres han tenido una presencia constante en los medios nacionales, periodistas como Liliana Salazar, Andrea Guerrero y Vanessa Palacio son reconocidas por su participación en espacios deportivos gracias a su formación y pasión por los deportes.

Sin embargo, no siempre fue sencillo observar y reconocer periodistas consolidadas en el ámbito deportivo, especialmente en grandes medios y que tuvieran la aceptación que ha logrado hasta hoy; el esfuerzo de la mujer por llegar a estos espacios y mantenerse allí ha sido mayor que el de los hombres, su credibilidad es más difícil de construir y no hay espacio para la equivocación, cualquier error significa desconocimiento y poca veracidad sobre sus conocimientos específicos en el área.

Es importante que el lector tenga en cuenta que en esta monografía encontrará información acerca de cómo ha sido el tránsito del rol que la mujer ha ejercido en el periodismo deportivo colombiano, lo cual fue posible tras una investigación que ha permitido desarrollar 3 capítulos: el primero donde se encuentra el planteamiento del proyecto a manera introductoria e informativa, el segundo donde se encuentra el marco teórico incluyendo el estado del arte y finalmente el tercer

¹ AS Colombia es un diario online de actualidad deportiva con enfoque en Colombia.

capítulo, donde se encuentra el análisis de la metodología aplicada y sus resultados. Los capítulos fueron escritos de esta forma para facilitar la organización de la información, dando un orden para abordar el tema a tratar y con un estilo narrativo que sea agradable y entendible para quienes lean este documento.

Este proyecto de investigación nace desde la motivación personal de la autora por conocer los procesos que han pasado las mujeres en su inclusión en plazas laborales que por tradición han sido ocupadas por hombres, la intención de inclusión en los espacios deportivos, los imaginarios de género en el ámbito periodístico deportivo, el lenguaje empleado hacia la mujer periodista y la participación en diferentes medios como masivos, alternativos y comunitarios.

Todo esto como un camino hacia la apertura de espacios para la mujer, principalmente en una rama profesional que ha generado gran interés en las nuevas generaciones y esperan tener mayor acogida en el periodismo deportivo sin importar el género.

Es por ello por lo que este proyecto busca responder las siguientes preguntas: ¿cómo ha sido el tránsito del rol femenino en el ejercicio del periodismo deportivo en Colombia? Así como ¿Qué imaginarios se han construido culturalmente acerca de la mujer periodista en el país y que han marcado la presencia de ellas en medios especializados o espacios deportivos en los medios de comunicación?, ¿cuál ha sido el impacto de la mujer en medios?, ¿qué es lo que han tenido que afrontar en el camino hacia la aceptación social en medio de una realidad conservadora como lo ha sido históricamente Colombia?, ¿existen prejuicios y cuestionamientos relacionados al género en la profesión que desempeñan? Son inquietudes que permitirán un acercamiento a las realidades que reflejan el papel femenino en el medio propuesto.

El objetivo principal de esta investigación es *analizar el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano a partir de las experiencias propias de las mujeres involucradas en esta profesión en Colombia*. Como objetivos específicos

se proponen 1. *Indagar acerca de la mujer en el periodismo deportivo colombiano, la participación de género, la importancia de la inclusión y la transformación que finalmente se ha generado en el campo.* De esta forma se pueden relacionar términos tan amplios como comunicación, por lo cual ha sido delimitada para este trabajo por la cultura y prácticas colombianas que permitan conocer acerca del entorno al que se enfrenta la mujer en el país.

Por otra parte, se quiere 2. *Identificar los distintos imaginarios que pueden existir sobre la mujer en un ámbito periodístico de mayor participación masculina y establecer la relación de la cultura en los procesos comunicativos que construyen el rol femenino en el periodismo deportivo.*

Se plantea el contexto de este trabajo en un campo de tradición masculina como lo es el periodismo deportivo en el país, de allí nace el cuestionamiento acerca de la mujer en esta profesión, su rol y la importancia de investigar sobre este tema que no ha sido ampliamente investigado y ha tenido poca profundidad en Colombia. Se busca generar conocimiento acerca del papel femenino a partir de la cultura y sus imaginarios, pero no se limita a contar las realidades que tiene el género, sino que se sitúa dentro de un espacio comunicativo en el que hay diferentes connotaciones según la condición de hombre o mujer, lo cual es importante para crear procesos de reflexión a partir de la transición en el tiempo que han tenido que atravesar las periodistas y comunicadoras.

Así se podrá observar el proceso de participación e inclusión y las características de las funciones que cumplen en ese contexto para su posterior análisis. Por ello, hay que presentarle al lector lo importante que es abordar este tema desde la cultura y su relación con la comunicación, pues la construcción de sociedad se da comenzando con acciones comunicativas y su contexto, generando un determinado sistema de ciudadanía (Donati, s.f.) es decir, la edificación social a raíz de relaciones en marco de la relación comunidad-cultura. Sin embargo, este no es un hecho aislado, por el contrario, es una constante en el proceso de desarrollo en las diferentes sociedades a través del tiempo, lo cual indica la necesaria creatividad del hombre para expresar sus ideas o actos por medio de

interacción comunicativa mediada por la cultura desde los vínculos y experiencias como lo postuló Bauman (citado por Cortés, s.f.).

En este contexto es donde se aplican las categorías que se proponen en este trabajo, (cultura, género, deporte) por lo cual se convierte en un tema de interés general, innovador y de contenido relevante para la sociedad, explorando un campo que no ha sido altamente desarrollado en materia académica en Colombia como se evidencia en la documentación previa, registrada en el estado del arte.

Además, se busca entender la relación de la cultura y la comunicación a través de la intermediación de los medios hacia la diversidad y las minorías en espacios que son tradicionalmente para hombres, pues si bien se da una mirada desde las masas, hay otros procesos que tienen carácter de denuncia o reivindicación con las mujeres que se visibilizan de mayor forma en espacios alternativos, tal como lo manifiesta Cortés (s.f.) cuando sugiere un uso de los medios de comunicación no sólo como un instrumento sino como un espacio que permite prácticas sociales reivindicativas.

Además del periodismo deportivo, hay campos como la economía o política, que están inmersos en esa transformación social para dar paso a la participación femenina aunque se encuentran con obstáculos como la perspectiva sexista del público al que se dirigen, el ambiente laboral, o la percepción del mismo gremio como lo manifestó Claudia Helena Hernández “Con respecto al tema género ha cambiado porque hay más, pero yo estoy viendo que hay más por bonitas o porque muestren, pero no porque sepan de lo que están hablando. Qué pena decirlo. Es mi gremio, pero es así” (citada por Delgado, 2014).

Es por ello por lo que el papel de la mujer en los medios colombianos es relevante frente a la investigación en comunicación, pues la cultura es un campo relacionado evidentemente a la comunicación y a la sociedad, por lo que el género en el país parte desde esta relación que contiene imaginarios. Son todos estos procesos de construcción que llevan a tener características particulares, creencias, estereotipos y actitudes propias.

En América la cultura es muy marcada y se diferencia de otras zonas del mundo por su diversidad, sin embargo, hay otros rasgos que aportan a esta investigación, en especial el machismo de la región. Los países latinoamericanos registran altas cifras de violencia de género, siendo Colombia un país donde la cifra de feminicidios va en creciente, alrededor del 22% de casos aumentó solamente del 2015 al 2016 (El Tiempo, 2017). Este es un problema notorio de la cultura colombiana, por lo que se hace interesante analizar qué papel ejerce la mujer en medios de comunicación masivos, pues este tipo de medios están relacionados con la sociedad de masas enfocada hacia las conductas reproducidas que son propiciadas por medios que buscan la manipulación y la homogeneidad.

Además del carácter teórico que puede tener la investigación, también es importante la ejecución de esta propuesta en campo, esto debido a la propuesta de identificación de estereotipos que permiten llegar a entender por qué éstos existen, permitiendo el desarrollo de un pensamiento crítico en el lector, lo cual puede ser de ayuda como material de apoyo o en su proceso reflexivo sobre la sociedad y en especial sobre las variables contextualizadas de este proyecto. Este es un punto clave de esta tesis.

De esta manera se logra que el contenido no sólo sea un escrito científico, sino un postulado de aplicación y generación de otras preguntas que pueden seguir ahondando el tema; aunque es probable que tras este estudio surjan contraposiciones o variaciones de la investigación, pues al trabajar con condiciones relacionadas a una sociedad es viable que con el paso del tiempo se hallen cambios en referencia a los temas de esta investigación, los cuales pueden presentar nuevos resultados e hipótesis. De manera que no sólo se pretende registrar esta indagación, sino que genera más cuestionamientos desde lo que se ha documentado, por lo que puede ser una herramienta o guía para replantear las variables o el comportamiento de ellas.

Para el objetivo del proyecto, se siguen líneas de investigación relacionadas a la comunicación-cultura, comunicación-género y comunicación-deporte, pues desde allí se pueden analizar las concepciones de la sociedad colombiana y entender el

contexto de la situación que se investiga. Como herramienta para la recopilación de fuentes de información se diseñó un documento en Excel que permitió la sistematización de otros documentos (tesis, artículos, ponencias, etc.) que aportaron al marco teórico del proyecto. Dichas fuentes se escogieron de acuerdo con una serie de características necesarias para el desarrollo y construcción de la monografía. Acerca de la relación entre comunicación y cultura se ha generado un amplio conocimiento desde referentes como Jesús Martín Barbero y en especial la Escuela Latinoamericana, mientras que la mayoría de conocimientos acerca de la relación comunicación y género ha sido propiciada por mujeres que buscan evidenciar la realidad de su cotidianidad marcada por la condición del género.

El paradigma sobre el cual se trabaja es el Interpretativo, esto debido al estudio de fenómenos sociales por medio la descripción y comprensión, siendo las relaciones humanas fundamentales para entender la realidad propuesta en este trabajo; a diferencia del paradigma positivista, esta forma de investigación da espacio a lo subjetivo y relativo, por lo cual no se plantea una hipótesis sobre el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano: La propia metodología da paso al descubrimiento de la pregunta planteada y no se sesga la indagación desde el comienzo con algún tipo de imaginarios que tenga previamente la autora.

Debido a los anteriores parámetros, la investigación tiene carácter cualitativo, lo cual requiere de 4 fases que se desarrollan en el trabajo.

- Fase Preparatoria

Para comenzar con el proyecto se deja clara la intención de la investigación, la selección del paradigma y se piensa en las teorías o postulados que se utilizarán. Posteriormente se definen herramientas acordes al objetivo del trabajo y cómo se realizará el estudio y análisis de los datos que se recogerán, en este caso, por medio de una entrevista diseñada de acuerdo con lo encontrado en el estado del arte y el marco teórico; tanto las preguntas como la elección de participantes se define en este punto. Se proponen dos entrevistas: una para periodistas deportivas y otra para sus colegas masculinos, la primera consta de 10 preguntas que

dan a conocer la experiencia de periodistas deportivas a través de su incursión en medios y la segunda busca obtener un punto de vista que integre la información, lo cual complementa la investigación de fuentes realizada previamente.

Las periodistas que se seleccionaron para la participación en la entrevista son asociadas a procesos de formación relacionados con la comunicación, medios y deporte, la cuales han tenido contacto con espacios de periodismo deportivo en diferentes tipos de medios, sean masivos, alternativos o comunitarios; además sus formatos pueden variar entre televisivos, radiales, escritos o multimedia. Por su parte, los periodistas que hacen parte de las entrevistas son hombres que han tenido la oportunidad de trabajar y compartir en el ejercicio de la profesión en el medio deportivo y pueden dar un punto de vista acerca de la situación de las mujeres que han incursionado en este campo. A todos los entrevistados se les contactó por su número telefónico, logrando una entrevista presencial con tres de las periodistas femeninas y un diálogo vía telefónica con lo demás participantes.

- Trabajo de campo

Se contactaron diferentes periodistas deportivas (os) para hacer parte de la investigación y poder aplicar la herramienta metodológica con el fin de recolectar la información necesaria para su posterior análisis. Con algunas de las personas que se intentaron llamar para realizar la entrevista no fue posible lograr la comunicación adecuada, así que finalmente varias de las periodistas que se habían postulado en un principio no pudieron participar del proyecto; sin embargo, se logró contactar a varias periodistas que hacen parte de la historia del periodismo deportivo femenino en el país, de manera que se obtuvo la recopilación de varias experiencias de mujeres que han pasado por diferentes etapas del proceso de inclusión de acuerdo con su generación. Las entrevistas se hicieron por diferentes canales de

comunicación: personal, vía telefónica y vía WhatsApp según disposición del entrevistado, pero todas ellas se grabaron (formato audio) para tener un registro de la información proporcionada.

Finalmente se escogieron como entrevistadas a las siguientes mujeres periodistas:

Tabla 1


Claudia Helena Hernández	
Comunicadora Social y Periodista – Universidad de la Sabana	
<p>Con más de 30 años en la profesión, Claudia Helena se ha convertido en un referente de la mujer periodista deportiva en el país. Su trayectoria ha sido amplia, ha pasado por medios como Radio Súper, Todelar, Caracol Radio, RCN Radio y actualmente trabaja en AS Colombia, además de cubrir al equipo Millonarios F.C. durante varios años.</p>	
<small>Imagen recuperada de: http://media.licdn.com/mpr/mpr/shrinknp_200_200/AAEAAQAAAAAAAAAIAAA:DBqZT2dMj4UWNhMDIeN2wY504OFluLjY1YjY4NkY1Y1W4NA.jpg</small>	

Tabla 2

María Elena Chavarro	
Periodista y Agente FIFA de jugadores - UNINPAHU	
<p>La "Negra" Chavarro, como se le conoce en el medio, ha ejercido como periodista y productora en el periodismo deportivo durante décadas. Actualmente se desempeña como agente de jugadores para la FIFA y participa en el programa radial "El Gran Debate" de Todelar.</p>	
<small>Imagen recuperada de: http://pbs.twimg.com/profile_images/919736619585232800/gKer15WYU.jpg</small>	

Tabla 3

Blanca Luz Uribe

Comunicadora Social y Periodista – Universidad Jorge Tadeo Lozano

La periodista antioqueña se ha dedicado a realizar ruedas de prensa sobre deporte, modas y música colombiana; su carrera ha sido exitosa debido a su participación en diferentes medios como Casa Editorial El Tiempo y su permanencia por varios años en el club deportivo Millonarios como Jefe de Prensa. Actualmente sigue realizando ruedas de prensa y tiene un negocio de importación propio.




Imagen recuperada de: http://www.acordbogota.com/images/stories/BLANCA_LUZ_URIBE.jpg

Tabla 4

Vanessa Palacio

Comunicadora Social y Periodista – Universidad Pontificia Bolivariana

Vanessa Palacio ha sido una de las mujeres que más ha tenido recorrido en el periodismo deportivo. En Colombia comenzó su carrera gracias a medios locales como PaisaNoticias que le dieron la oportunidad, posteriormente llegó a Teleantioquia donde se abrieron puertas a nivel nacional e internacional. Trabajó en Caracol Radio, la cadena deportiva ESPN y actualmente dirige el noticiero de Telemedellín.



Imagen recuperada de: <http://blogueico.com/blog/wp-content/uploads/2016/02/Vanessa.jpg>

Tabla 5

Pilar Velásquez

Comunicadora Audiovisual – Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

María del Pilar Velásquez, una comunicadora que ha ejercido el periodismo por años, ha tenido una larga trayectoria en el mundo deportivo. Comenzó practicando gimnasia en su juventud y desde allí ha llevado su pasión al mundo laboral: dio sus primeros pasos en la Emisora Cultural de la Universidad de Antioquia, pasó a la Gobernación de Antioquia (INDER) y posteriormente trabajó en la Federación Colombiana Rugby, Noticias RCN como corresponsal; actualmente se desempeña como panelista en “El Alargue” programa deportivo de Caracol Radio.




Imagen recuperada de: https://pbs.twimg.com/profile_images/824757952590471168/UdE9NvJ8.jpg

Tabla 6


Diana Osorio	
Publicista - Colegiatura Colombiana Institución de Educación Superior	
<p>Aunque es publicista, Diana Osorio se ha desempeñado como periodista durante varios años a nivel nacional e internacional. Su pasión por el deporte se ha generado gracias a su familia y su crianza en Estados Unidos; posteriormente viajó a España, allí comenzó a trabajar con el departamento de comunicaciones del Barcelona F.C. y actualmente es presentadora y periodista deportiva en el noticiero "Hora 13 Noticias" de Teleantioquia.</p>	

Imagen recuperada de: https://media-exp2.licdn.com/mpx/mpr/shrinkmp_200_200/p/4/005/075/1a7/202353a.jpg

Tabla 7


Juliana Sosa	
Periodista	
<p>La periodista Juliana Sosa Góngora hace parte de la nueva camada de periodistas deportivas. Su carrera se ha desarrollado en medios nacionales y locales reconocidos: Comenzó sus prácticas en el diario antioqueño El Colombiano, trabajó para el portal deportivo Marca y actualmente se desempeña como corresponsal de Futbolred en Medellín.</p>	

Imagen recuperada de: https://pbs.twimg.com/profile_images/835614672887943168/BAozemvA.jpg

Los siguientes periodistas deportivos también participaron en la entrevista:

Tabla 8



Andrés "Pote" Ríos	
Comunicador Social y Periodista - Pontificia Universidad Javeriana	
<p>Andrés Ríos López ha tenido una amplia trayectoria en el sector mediático tanto público y privado del país; ha sido editor, columnista, productor general, jefe de prensa y profesor. Algunos de los lugares laborales donde se destaca su participación son Futbolred, Revista Fútbol Total, Revista SoHo, Confama, Alcaldía de Medellín, Radio Policía Nacional, Publimetro, entre otros.</p>	

Imagen recuperada de: <https://assets.metrolatam.com/co/userphoto/393.jpg>

Tabla 9

Juan Camilo Álvarez Serrano	
Periodista - Escuela de periodistas deportivos José R. López Pájaro	
<p>El periodista y administrador ha tenido experiencias significativas en el campo deportivo, su paso por Argentina permitió que desarrollara habilidades en la radio gracias a "La Máquina", un programa dedicado a la actualidad del equipo River Plate. Adicionalmente se encuentra como editor del portal Vavel Colombia para la sección de Atlético Nacional.</p>	
<small>Imagen recuperada de: https://media.icdn.com/mps/mpc/shrinkp_200_200/AAEAAQAAAAAAAAAAGQ1NmÉyO/fk2Llg1ZWEtNGY4Y505ZTc-4UWEaZDVvMzYyYzUyWA.jpg</small>	

Tablas 1-9, perfiles de los periodistas deportivos entrevistados, elaboración propia, 2017.

- Fase analítica

Las entrevistas realizadas fueron escuchadas al detalle para extraer la información pertinente que aportara a la investigación. De cada participante se tomaron fragmentos en diferentes preguntas que se relacionan con el estado del arte, de esta forma se compara si en Colombia, de acuerdo con las experiencias consultadas, se ha generado un proceso similar a países de la región y cómo puede variar la inclusión femenina en el periodismo femenino, además de responder la pregunta principal del proyecto acerca de la transformación del rol femenino justamente en ese campo. Allí se citan las diferentes opiniones de los participantes y se comienza a describir las observaciones propias a manera de generación de conocimiento tras la confrontación de información.

- Fase Informativa

Tras las anteriores etapas investigativas se realiza una sección de conclusión que busca compartir los hallazgos y resultados de la investigación tras la recolección y análisis de información. Se le comunica al lector los avances y aportes que deja este proyecto para la sociedad y el

conocimiento generado a partir del proceso investigativo que soporta el documento.

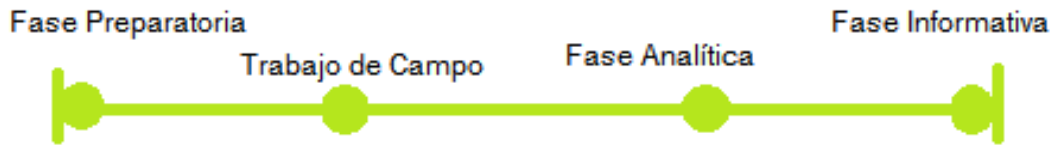


Imagen 1. Fases de la investigación para el proyecto “EL ROL FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO”.

Capítulo 2

Panorama de la mujer en el periodismo deportivo y su rol en la profesión

El desarrollo profesional de la mujer en el periodismo deportivo

En la revisión de documentos correspondiente al estado del arte se encontró el proceso histórico sobre la incursión de la mujer en el periodismo deportivo desde hace varias décadas en países hispanoparlantes. Documentos de países como Ecuador, Perú, Argentina, España, Brasil, México, entre otros, dan cuenta del progreso que han tenido los medios de comunicación al incluir a las mujeres en las secciones deportivas a medida que la sociedad también abre campos para la inclusión femenina en materia laboral.

En Colombia no se ha encontrado una investigación documentada tipo monografía que trate sobre “*El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano*”, sin embargo, se halló un trabajo de grado titulado “*Ondas de Igualdad: Mujer, Radio y Deporte*” que trata sobre la incursión de la mujer en el periodismo a través de la radio y cómo poco a poco pudieron romper esquemas al entrar en el mundo deportivo con los micrófonos.

Por otra parte se toma como referente de investigación una revista colombiana titulada “Mujeres al Camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo”, la cual trata de hacer un breve recuento histórico sobre las mujeres que fueron pioneras en el periodismo deportivo en el país, contiene artículos y entrevistas de varias periodistas que hablan sobre su carrera, además informa acerca de experiencias de la inclusión femenina en el campo desde el punto de vista de referentes como Carlos Antonio Vélez.

Los anteriores documentos dan un paso hacia la investigación de este tema, sin embargo tienen vacíos debido a que uno de ellos sólo hace una búsqueda del rol de la mujer en la radio deportiva y no en otros medios; mientras que la revista no ahonda en teorías sino en entrevistas de las experiencias que hasta el momento se registraban en el país.

Contexto internacional de la mujer en el periodismo deportivo

Los documentos que hacen parte del estado del arte fueron seleccionados debido a la relación de estos con el tema principal de investigación de este proyecto, la información que se encuentra es importante para entender diferentes procesos de la inclusión femenina en el periodismo deportivo de acuerdo con cada país y cómo se han abierto espacios en el campo para las mujeres; lo que permite una interacción con los colegas y la sociedad, construyendo lazos y oportunidades cada vez más amplias y aceptadas.

En países cercanos el periodismo deportivo comenzó mucho antes que en Colombia y tienen una tradición deportiva más fuerte por las diferentes especialidades deportivas que llegaron. Por ejemplo, en Venezuela, territorio que conoció el béisbol a finales del siglo XIX y allí comenzó a surgir el periodismo deportivo (González y Sora, 2013, pág. 5) o en El Salvador donde “Las incursiones al periodismo deportivo por parte de profesionales salvadoreños has surgido a partir de los años 30, específicamente en 1935, cuando se construye el primer estadio deportivo del país (...)” (Alvarado y García, 2012, pág. 70) De la misma

forma se ha notado un avance en la inclusión femenina que se ha ido normalizando más rápido que en territorio Colombiano.

En otros países y de manera menos común, ha sido un proceso con más dificultades de acuerdo con la cultura y la tradición “En México, las primeras reporteras que lograron incorporarse a este ámbito periodístico aparecieron alrededor de la década de los años setenta con nombres como los de Rosalinda Coronado, Juana Juárez o Alicia Pineda, quienes abrieron cancha para que otras pudieran ingresar a este terreno de juego. Este acceso tardío, en un país donde el periodismo deportivo ha existido desde el siglo XX, se debe no sólo a la exclusión que de manera general han tenido las mujeres de todos los espacios públicos, sino también a que existe una idea generalizada de que las mujeres “no entienden de deportes”.” (Pedraza, 2012, pág. 57) siendo este escenario el menos común que los demás países en Latinoamérica.

En la mayoría de los textos se muestra la contundencia hacia la aceptación de la mujer periodista deportiva cuando se habla de la apertura laboral hacia el género, los medios han decidido dar un espacio a las mujeres tanto en la presentación como detrás de cámaras; sin embargo esta situación no significa necesariamente la igualdad del trabajo o actividades que las periodistas deben realizar, pues se ha encontrado que todavía hay diferencias que marcan el ejercicio de la profesión.

Por ejemplo, comentarios acerca de la mujer como objeto todavía son comunes dentro del gremio "(...) se impone un cierto sexismo ya que la mayoría de las periodistas son jóvenes, atractivas y suelen tener una presencia llamativa que capta la atención de la audiencia." o "(...) La mujer no sólo es un objeto sexual en el programa, sino que se encuentra discriminada ya que solo le otorgan temas intrascendentes que muestran la inferioridad en la que ella se encuentra frente a los conductores del programa." (Fumero, 2016, pág. 6 y pág. 19).

A pesar de los estigmas existentes poco a poco se ha tratado de erradicar este pensamiento con el desempeño de las periodistas, como lo señalan González y Sora (2013) cuando afirman que "El número de mujeres desempeñándose en la

fuerza deportiva aumentó levemente en la década de los 80, pero el ambiente laboral en varios casos estuvo cargado de prejuicios que las protagonistas se encargaron de ir borrando con su trabajo y dedicación" (Pág. 23).

Las mujeres tienen una desventaja para entrar a este campo y poder realizar funciones a la par que sus colegas masculinos, aunque teniendo las mismas capacidades e interés que ellos, son los hombres los encargados de dar las direcciones en los diferentes equipos de trabajo en medios. Aunque las mujeres hayan incursionado en el campo deportivo, los cargos administrativos son todavía una meta por alcanzar "La crítica feminista apunta que el tratamiento discriminatorio de las noticias deportivas se da tanto en la selección, distribución y composición de los contenidos, que son predominantemente masculinos" (Cardona, 2011, pág. 67). Es por ello que las mujeres han cumplido labores de reportería, presentación, lectura de información y otras actividades de menor participación, pero son contados los casos en los que dirigen una sección o programa deportivo.

La situación acerca de los procesos de inmersión en el campo denota que se han tenido inconvenientes para aceptar las habilidades y aptitudes de la mujer hacia el periodismo deportivo "En ocasiones las personas encargadas de la contratación, se cierran y no consideran que una mujer pueda desempeñarse en el área de deportes, por falta de capacidad y experiencia, cuando deciden contratar a una sólo toman en cuenta su físico ya que consideran que la mujer aún no está lo suficientemente preparada como para entrar a laborar en el área como algo más que una imagen o modelo, para que la mujer se pueda considerar periodista deportiva, falta mucha preparación e interés por parte del sexo femenino" (Covarrubias, 2009, pág. 8).

Este tipo de imaginarios obligan a la mujer a estudiar y conocer muy bien el campo de acción para desarrollarse de forma competitiva frente a los hombres, la universidad es una de las fuentes principales para la preparación, pero el interés y el amor por la profesión y los deportes es esencial para tener lo que se requiere en el campo, dejando claro que pueden desarrollar las mismas actividades aunque no

se piense que puedan hacerlo "(...) el periodismo deportivo no es lo más fácil del periodismo como muchos creen y el ser mujer complica un poco las cosas, las mujeres para ejercer esta profesión, deben por exigencia pasar por la universidad, no es como con los hombres, que algunos son periodistas deportivos empíricamente formados y se encuentran sumamente posicionados en este tipo de periodismo." (Clavijo y Tufiño, 2016, pág. 72).

Se ha encontrado también que las mujeres en un principio fueron relegadas a cubrir deportes de participación femenina y los cuales no tienen mucha popularidad, disciplinas como gimnasia, vóleybol, nado sincronizado, etc. Como se puede encontrar en la siguiente afirmación "Las mujeres se dedican a informar acerca de deportes minoritarios, aquellos con una menor audiencia, o en el caso del fútbol, a categorías inferiores." (Castilla y Linares, 2015, pág. 28) Mientras que los medios han dado espacios más importantes y que apoyaban la figura principal masculina hablando de fútbol, béisbol, boxeo; así mismo se les ha dado un papel mínimo y no se han dado espacios donde la opinión de las periodistas sea valorada "Además de existir una discriminación en cuanto a la repartición de fuentes, a las mujeres periodistas se les ha negado la profesión de comentaristas o presentadoras, por considerar que una mujer tiene un menor entendimiento del mundo deportivo." (Pedraza, 2012, pág. 58).

Incluso se les asigna labores donde su intervención es corta, libretada, directa y sin mayor oportunidad de demostrar otras capacidades "(...) Se encuentran encargadas de la zona de pie de campo y zona mixta, donde realizaran conexiones muy puntuales con sus compañeros para comentar algún caso extraordinario que ocurra durante el partido, como algún cambio que se vaya a realizar o una lesión." (Fumero, 2016, pág. 34) lo cual demuestra que todavía las posiciones superiores son de los hombres al estar privilegiados en puestos de más categoría o que les permite desenvolverse con más facilidad que las mujeres, a pesar que muchas periodistas manifiestan que estas labores les permiten tener a futuro más posibilidades de crecer en el gremio.

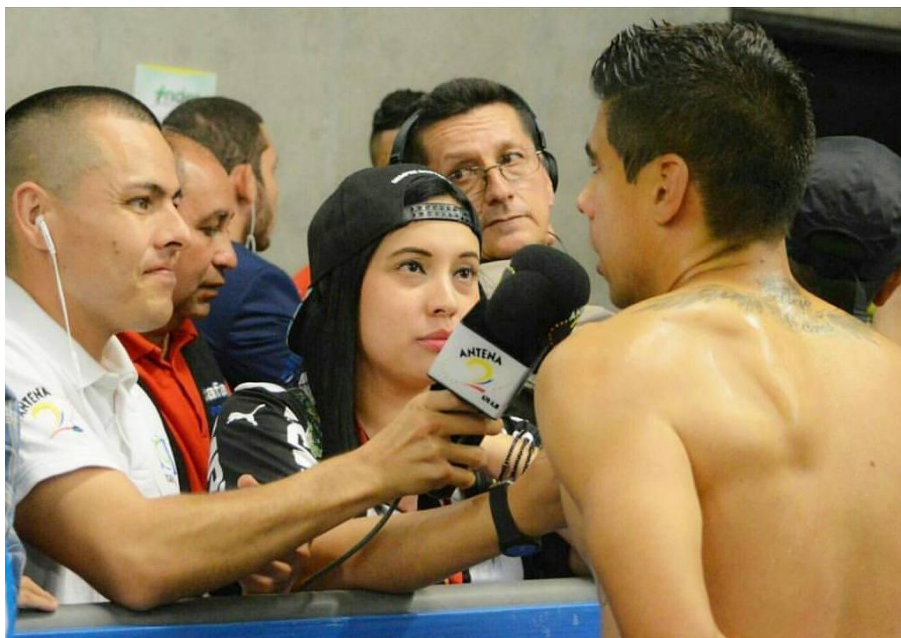


Imagen 2. Periodista Juliana Sosa cubriendo declaraciones en zona mixta.

Recuperada de <https://pbs.twimg.com/media/DMDULRLWAAUnES4.jpg>

En el estudio realizado por González Pino y Martín (2016) se encuentra que incluso parte de las pocas oportunidades de desarrollo para la mujer se debe a la demanda del público "De manera general, se pudo apreciar una variedad de criterios ante este aspecto, aunque destaca que la mayoría (39 %) se opuso totalmente a que las mujeres ejerzan la narración deportiva." (Pág. 331) Mientras que en países como España aún se documenta la poca representación femenina ante los micrófonos "El papel de la mujer en el periodismo deportivo es escaso, pero en el ámbito de la radio lo es mucho más. Durante toda la historia de la radio, la mujer ha podido participar como locutora, pero en mucho menor número como periodistas, directoras de programas, directivas y técnicas." (Castilla y Linares, 2015, pág. 31).

También se ha encontrado de forma reiterativa la importancia de ganarse un puesto o el respeto frente a los colegas en el medio, de lo cual se infiere que la mujer entra en desventaja por su género y tiene que recuperar el espacio que se le ha negado históricamente "Ser periodista deportivo es de por sí un área difícil, porque se está ante una audiencia muy susceptible a una información mal

suministrada. Cuando a esto se le suma que quien opina y analiza juegos es una mujer, la perspicacia aumenta y el reto para ella de ganarse el respeto por los hombres es aún mayor." (González y Sora, 2013, pág. 75) Tener una carrera importante dentro del medio requiere de más tiempo y dedicación por parte de las mujeres, y aun así no genera el mismo reconocimiento que un hombre.

Una de las desventajas que se han nombrado tiene que ver directamente con las desigualdades que existen en el proceso de selección laboral, pues se considera que los hombres ya tienen más experiencia en el campo por su condición masculina, en el texto de García Buenaventura (2015) se puede apreciar que hay un imaginario sobre una supuesta incapacidad de las mujeres para ejercer la profesión, especialmente en este campo, ya que la mayoría de deportistas son hombres y se excusan en esta idea para no contratar mujeres como periodistas deportivas (Pág. 50).

En México se encontró una situación similar que da ventaja a la carrera del hombre en el periodismo deportivo por no tener impedimentos para ejercer plenamente su labor "La trayectoria y experiencias de los hombres en periodismo deportivo, siempre superarán a las de la mujer debido a que ellos no tienen nada que trunque su carrera, nunca tendrán un embarazo que les impida seguir laborando o hijos que cuidar que les impidan ir a cubrir un mundial." (Covarrubias, 2009, pág. 10).

Sin embargo, también se reconoce el mérito de las mujeres que han logrado permanecer en el medio a pesar de la exclusión por la concepción que se tiene sobre el hogar y el papel femenino, logrando además romper esquemas y realizar una labor diferente a la que se le asigna socialmente "Sin embargo la participación de la mujer, su perseverancia por alcanzar la equidad en las actividades sociales le permite encontrar un espacio para una labor diferente a la típica destinada al hogar y la familia" (García, 2015, pág. 31). Situaciones de discriminación por género o las condiciones inherentes de ser mujer han logrado que el proceso de inclusión fuera más pausado en el periodismo deportivo y los hombres ocuparan ese lugar para apropiarse de éste "El campo que logran las mujeres ocupar en los

espacios netamente deportivos, son realmente reducidos o a su vez la inserción a ellos se convierte en una Odisea para las aspirantes. Por tanto, no es difícil reconocer la ausencia de imágenes femeninas en los medios deportivos (...)" (García, 2015, pág. 48).

Inclusive, muchas mujeres han decidido apartarse de este gremio o 'autocensurarse' en la participación de espacios deportivos debido a que temen ser discriminadas o no cumplir las condiciones que se requieren en el ejercicio de la profesión "(...) a pesar de que se demuestra que son muchas a las que les gusta el periodismo deportivo, son pocas las que tienen la oportunidad de ejercerlo, o que se atreven a demostrarlo y a luchar por ser aceptadas en el área, por miedo a ser rechazadas, hacer mal el trabajo, o simplemente porque se cansan de esperar una oportunidad." (Cardona, 2011, pág. 73).

Si bien se cree que la exclusión es generada por los hombres, en algunas ocasiones la represión se genera desde los mismos comentarios de mujeres que no ven de forma positiva a quienes buscan cambiar los roles que han sido establecidos hegemónicamente "(...) pues aunque es cierto que los hombres se han empeñado en mantener a la mujer a raya de esta profesión, también es cierto que las mujeres se reprimen y critican a las que sí se atreven a hacerlo por considerarlo una profesión poco femenina o poco apta para una mujer" (Covarrubias, 2009, pág. 3) Y en la investigación de Alvarado y García (2012) se pudo identificar que tras conocer opiniones de periodistas en El Salvador se reconocen nuevos términos que apoyan la idea de una censura por parte de las mismas mujeres "(...) el instrumento proveyó nuevos términos, que respaldaron la existencia parcial de la misma, como: "Machismo Social", "Barrera cultural de los medios" y "Autodiscriminación"." (Pág. 91).

Hay otros imaginarios que han persistido durante el tiempo y no necesariamente vienen de un género en particular, la concepción que las mujeres que hacen parte del medio deportivo están interesadas en conseguir una pareja sentimental ha existido desde que existe el periodismo deportivo femenino, como lo documentan González y Sora (2013) al decir que "Para los años 80 todavía eran pocas las

mujeres cubriendo la fuente deportiva. Aun así quienes estaban eras vistas con rareza, como aventureras o que andaban en el medio buscando hombres" (Pág. 23).

Todavía permanece esa idea aunque con menos frecuencia, pero afecta la credibilidad de las mujeres que buscan realizar un trabajo netamente profesional, siendo incluso sus compañeros fuente de estos comentarios "Este tipo de versiones evidencia que aún no se cree en la capacidad intelectual ni profesional de las mujeres periodistas deportivas, excluyéndolas así de coberturas trascendentes en el mundo del deporte o de disciplinas que siempre se han considerado "masculinas", como el caso del fútbol, siendo así que a las mujeres se les encarga temas de tenis, natación o deporte amateur. Incluso, los colegas, cuando una mujer llega a una cobertura, la catalogan como "buscamarido"." (Cardona, 2011, pág. 81).

A pesar que se ha avanzado con la inclusión femenina, todavía existe distinción dentro del medio y se está tratando que la situación entre periodistas permita una mejor relación y ambiente laboral que seguirá cambiando con el tiempo, como ha sucedido paulatinamente desde que las primeras mujeres entraron al ejercicio periodístico hasta hoy; así se ha reportado en algunas investigaciones y se afirma en la siguiente frase: "La discriminación sí existe dentro del medio de comunicación, pero de ciertas formas no directas. Esta es una valoración que se realizó al hacer un conteo de casos y apreciaciones calificativas de las periodistas. Por esa razón, no se sintetizó su existencia como algo absoluto, sino una situación parcial, que ha disminuido en gran medida con los años, pero que es un hecho aún presente." (Alvarado y García, 2012, pág. 91).

Además hay otros factores que influyen en las diferencias que existen entre hombres y mujeres que están en el gremio, uno de ellos es la lucha que existe a nivel laboral ya sea tratando de obtener un empleo o de mantenerlo, pues las mujeres de hoy están capacitadas para hacer las mismas actividades que un hombre, de forma que son vistas como competencia "(...) además de que existe

cierto temor de que en algún momento la mujer llegue a desbancar o dar competencia al hombre en esta área." (Covarrubias, 2009, pág. 8).

En este sentido la competencia hace que no sólo sean excluidas o criticadas, sino también se les hace sentir que el apoyo hacia las mujeres es menor e incluso las estigmatizan por elegir este campo "(...) aunque ya son varias las mujeres que se están dedicando al periodismo deportivo en el Noticiero Nacional Deportivo, por lo general, no gozan del mismo respaldo social que sus colegas masculinos y, en algunos casos, cargan con el estigma de desempeñarse en una profesión inadecuada para ellas." (González Pino y Paz, 2016, pág. 332).

Por otra parte, se ha encontrado que no sólo los colegas y el medio del periodismo deportivo ejercen una influencia sobre la presencia de mujeres en el gremio, también los hinchas son parte del proceso de inclusión al ser quienes reciben finalmente el trabajo de las periodistas como producto de su labor. El público deportivo es una de las fuentes que mejor reflejan a la sociedad y su trato hacia las periodistas "Es importante destacar que además los deportes analizados como prácticas sociales donde hinchadas, seguidores y espectadores, encuentran espacio para solapar de manera pública sus concepciones sobre las relaciones de género, y así legitimar al mismo tiempo pensamientos misóginos que claramente inferiorizan (sic) lo femenino al referirse a la derrota, al "mal juego", la rivalidad, la dependencia, donde se reproducen explícitamente los estatutos epistemológicos y prácticos socialmente construidos." (Clavijo y Tufiño, 2016, pág. 64).

Esto denota que todavía hay un rechazo en algunas personas al considerar que lo femenino es débil y por ende se menosprecia lo que se relacione al género; sin embargo, ha existido un cambio en los últimos años que permite cada vez más recortar la brecha en el periodismo deportivo.

Tanto para hombres como para mujeres es fundamental que el público tenga aceptación hacia su trabajo, ganando credibilidad de acuerdo con su desempeño, de forma que su manera de posicionarse es hacerse conocer por ejercer correctamente sus labores y de manera profesional "Buscar que los hinchas

incluso acepten esta condición se convierte en todo un reto para las periodistas. Los aficionados reconocen el buen trabajo periodístico, así como la mediocridad del mismo. La periodista mujer tiene el desafío de saber la estrategia para llegar a los hinchas y hacer conocer la efectividad de su trabajo." (García, 2015, pág. 52) Y aunque es un reto para ambos géneros, las mujeres tienen que esforzarse más para que se tenga una imagen favorable acerca de las actividades realizadas y que no haya comentarios estereotipados por el hecho de pertenecer a un determinado género.

Sobre las asignaciones que se le dan al género se encuentran, por ejemplo, los imaginarios relacionados a la masculinidad como sinónimo de fortaleza y a la feminidad con otros adjetivos que excluyen lo que sea varonil, por ello existen tabúes de la mujer en el periodismo deportivo, aunque cada vez sean menos "Mujeres y hombres tienen características psicológicas distintivas que intervienen en su desempeño. Se les atribuyó a las mujeres cualidades como la delicadeza y a los hombres la "firmeza" de carácter." (González Pino y Paz, 2016, pág. 326).

Por ello las mujeres que han incursionado en este campo laboral han tenido que romper esquemas establecidos, de manera que la imagen que socialmente se había tenido por siglos se ha ido transformando hacia la igualdad, sin embargo todavía exista discriminación hacia ellas "Para sobrepasar la condición social las mujeres que se desenvuelven en el ámbito del periodismo deportivo deben aprender a romper las fronteras y los típicos machismos que rodean las ideas de muchos medios y colegas que las consideran inferiores o menos aptas para el ejercicio de esta actividad." (García, 2015, pág. 52).

No sólo en el ámbito de la profesión periodística se encuentran las diferencias, sino que justamente en el contenido de la información deportiva se denota la desproporción que hay entre deportes masculinos y femeninos; en varios de los documentos se registró la situación que se aprecia en la siguiente expresión "En el análisis elaborado en los medios hemos observado cómo los deportes femeninos están igual o incluso más discriminados que las profesionales

periodistas. Esto muestra que no es solo una cuestión de profesionalidad, sino que todo lo relacionado con la mujer está muy apartado del mundo del periodismo deportivo." (Castilla y Linares, 2015, pág. 42).

De igual forma en el estudio que realizaron Calvo y Gutiérrez (2016) los resultados son evidentes: los medios prefieren resaltar las disciplinas masculinas que aquellas con participación femenina "(...) la duración es una señal evidente que indica la menor importancia otorgada al deporte femenino en comparación con el masculino ya que el 98,3% del tiempo de los informativos está dedicado a las noticias sobre deporte masculino frente a un escaso 0,30% sobre el femenino." (Párr. 21).

De acuerdo con los estereotipos que se han encontrado y las diferencias entre hombres y mujeres, se propone también que esta labor sea ejemplo para lograr un cambio en la sociedad debido a la influencia de los medios, pues dando relevancia a la mujer y su desempeño en la profesión se puede lograr un aumento en la aceptación de los nuevos roles que se pueden ejercer igualitariamente "Si en los programas de periodismo deportivo se insertaran a más mujeres como imagen de deportes, como lo son los hombres actualmente, los espectadores (últimamente más espectadoras que antes) se acostumbrarían a observar la participación de la mujeres y eso haría que la audiencia comenzara a aceptar a las mujeres en estas áreas deportivas, dándose cuenta que los comentarios deportivos de las mujeres pueden llegar a ser tan buenos como de los hombres, con objetividad y credibilidad (...)" (Clavijo y Tufiño, 2016, pág. 69).

Es por ello, que se considera un paso importante la inclusión de mujeres en el periodismo deportivo, son pioneras en un campo que históricamente ha sido dominado por los hombres y que abre caminos para las mujeres que quieren ejercer esta carrera de forma profesional; además otros gremios pueden verse afectados positivamente hacia la apertura de género con el ejemplo de este campo, como lo expresa García Buenaventura (2015) "Los procesos construidos por las mujeres en la búsqueda por la equidad a lo largo de la historia se convierten en un referente importante para las actuales generaciones en su

perspectiva acerca de género. Entender que no siempre las condiciones se desarrollaron con la misma tónica que hoy, representa la esperanza hacia la meta: la equidad." (Pág. 30-31).

Por ejemplo, una de las herramientas que ha contribuido a los procesos de incorporación es la tecnología y al amplio alcance que tiene en la actualidad, lo cual favorece a que las periodistas se dan a conocer por medios digitales "El nuevo milenio trajo una masificación del deporte y mayores herramientas de trabajo para los periodistas con los avances tecnológicos que abarcan desde televisoras satelitales, hasta el auge de Internet." (González y Sora, 2013, pág. 55).

Todas las herramientas y procesos que se han dado para contribuir a la igualdad de género en el periodismo deportivo son fundamentales, gracias a ellos se ha podido explorar una forma distinta de ejercer la profesión; se ha notado la diferencia que marca la mujer en el campo. Aunque todavía exista desconfianza, recelo o desigualdad con la presencia femenina, también se reconoce el buen trabajo y la huella de la mujer que realiza de forma positiva su labor, esto gracias a su profesionalidad, los conocimientos y la pasión que tienen por el deporte "En los últimos años esto ha cambiado, la mujer es deportista, es fanática y sabe de deportes igual que cualquier periodista deportivo. Implica encontrarse con el estereotipo de que "las mujeres no saben de deportes" Aunque ya la gente se esté acostumbrando al hecho de que las mujeres sí saben de deportes, las periodistas deportivas siempre se van a encontrar con el prejuicio y la duda." (Fernández, 2015, pág. 26).

Incluso los espectadores reconocen el profesionalismo y la convicción que tienen las mujeres que deciden incursionar en el periodismo deportivo por el gusto que tienen, ganando así aprobación y credibilidad "Dentro de la elaboración de las notas periodísticas, las mujeres se caracterizan por su sensibilidad. Por tanto, esta cualidad se plasma en los temas que proponen en las reuniones editoriales. (...) Estas nuevas ideas generaron aceptación por parte del público y las columnas se mantienen hasta la actualidad." (Cardona, 2011, pág. 67). Esto deja una situación

actual favorable para aquellas mujeres que quieran ser parte del gremio gracias a la precursoras que han dejado un impacto positivo en el periodismo deportivo, al menos en los países que han documentado este proceso.

Colombia y la mujer en el periodismo deportivo

Dentro de la información recolectada se encuentra que las mujeres han venido incursionando en el periodismo deportivo desde el siglo pasado en el país, demostrando que el interés hacia la fuente deportiva no es un tema reciente, por el contrario, ya se han abierto caminos desde hace décadas para que las nuevas generaciones tengan las mismas oportunidades dentro del campo sin importar el género.

En Colombia, el periodismo deportivo ha avanzado de una forma más pausada que en otros países, si bien ya se ha documentado el reportaje de eventos atléticos desde antes de la década del 50, la popularidad creció a finales del siglo XX "En las décadas de los ochenta y noventa, el periodismo deportivo tuvo gran recepción en los diarios de circulación nacional y en la televisión colombiana. El crecimiento del ciclismo, los acontecimientos futbolísticos de la época, el cubrimiento del tour de Francia y los mundiales de fútbol de 1982 y 1986 provocaron que en los colombianos aumentara el interés por los espectáculos deportivos." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 5).

También se encuentra que las mujeres en el país se interesaron en hablar sobre deportes justamente cuando comenzó una época en la que diferentes disciplinas empezaron a tener auge, así lo documentaron Castellanos y Orjuela (2014) en Ondas de Igualdad Mujer, Radio y Deporte, ya que los primeros pasos de la mujer en esta profesión fueron a través de la radio en la década de los 80 (Pág. 15) demostrando que ya existía un gusto hacia el deporte desde hace años atrás y poco a poco se materializó la entrada de mujeres que participaron de programas radiales, posteriormente en otros formatos como redacción y presentación; incluso hoy en día hay casos de panelistas mujeres en varios programas de opinión.

A pesar de ello, Colombia mantiene situaciones que coinciden con los países anteriormente reseñados, la hegemonía masculina en el medio también ha sido constante en el país "Los medios de comunicación han sido esencialmente dirigidos por hombres, además de ser quienes han estado detrás de la información. La aparición de la mujer en el periodismo deportivo coincide con la situación social de la época, donde ellas adquieren mayor importancia en la sociedad, logrando legitimidad en su opinión, decisión y percepción." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 6) por lo que muchas mujeres han tenido que abrirse campo a pesar de los mandatos masculinos; además de posicionarse, creando una imagen positiva del género en el gremio ante compañeros y el público, quienes son parte esencial del desarrollo profesional de las mujeres en este trabajo.



Imagen 3. Claudia Helena Hernández, una de las pioneras en el periodismo deportivo colombiano. Recuperada de <http://entrelneas.co/wp-content/uploads/2017/06/Claudia-Elena.png>

Algunas de las labores registradas llegan a ser mínimas y por ende la credibilidad no es todavía un factor estable para las mujeres que participan en los espacios

deportivos "(...) aunque cada vez hay más mujeres en los espacios deportivos, muy pocas tienen un papel protagónico dentro de ellos, en donde su función se centra en leer mensajes por las redes sociales, dar paso a los mensajes comerciales o muchas veces dar a conocer cifras de encuentros deportivos o curiosidades de los deportistas, que no generan o propician espacios de debate o de integración en pro del deporte." (Castellanos y Orjuela, 2014, pág. 22) todavía dan la impresión al público de estar en un puesto que fue asignado por motivos de belleza o inclusión, pero no por conocimiento, generando que los estereotipos acerca de las periodistas deportivas aumenten.

Pero no sólo imaginarios como la belleza o la falta de preparación son los que se han encontrado en medio de camino que han recorrido las periodistas, características que se relacionan directamente a la mujer como la maternidad o el hogar también han formado controversia en el medio "En el caso específico de nuestro país, en relación a la entrada de la mujer a las labores llamadas "de los hombres", se da al comienzo con un rechazo por parte del 'género dominante', ya que socialmente el hombre es quien debía trabajar y la mujer quien debía criar a los hijos o estar al tanto de las labores domésticas." (Castellanos y Orjuela, 2014, pág. 17). De esta forma se han encontrado numerosas barreras para las periodistas que han encontrado un ambiente difícil al tratar de hacer parte del mundo deportivo "No todo ha sido bonito ni perfecto, no se creía en la capacidad profesional de las mujeres, los medios dudaban de sus conocimientos. La mayoría de mujeres eran temerosas de intentarlo, además los hombres ponían obstáculos y barreras." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 6).

Los hombres son principalmente quienes se han mostrado reacios en el inicio de la inclusión femenina en el periodismo deportivo, idea que se refuerza cuando se habla de las diferencias que han tenido las mujeres al llegar al campo y que no les permitirían tener un buen desempeño "(...) el ideal que las mujeres no podían hablar de deportes porque no lo habían practicado siguió vigente y tomó fuerza, para que con esto se presentara un argumento de parte de varios hombres, lo cual

reforzó la negativa a que las mujeres lograrán ser parte de los deportes." (Castellanos y Orjuela, 2014, pág. 19).

No obstante, también se ha encontrado que los colegas hombres de las periodistas deportivas han sido parte de este proceso de adaptación en el campo, sea de forma positiva o negativa, pero entendiendo los cambios que ha tenido la profesión para incluir mujeres "Los periodistas deportivos de la vieja guardia coinciden en que la mujer era discriminada. Anteriormente se posicionaba en situaciones y labores estrictamente para ellas y eran excluidas de actividades que el entorno pensaba eran solo para hombres. Pasó mucho tiempo para ver mujeres en el ejército, la policía y hasta gobernando un país; en el periodismo deportivo pasó lo mismo." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 11). Así que de la misma forma en la que la sociedad ha avanzado, también lo hace el campo laboral y en especial aquellos que han sido marginados.

Adicionalmente, uno de los hechos que demuestran la apertura hacia la mujer en otros deportes relevantes en Colombia fue la aparición del fútbol femenino en sus inicios, de allí que algunas periodistas pudieran comenzar a laborar con una de las disciplinas más seguidas en el país; aunque esto no significó que la aceptación fuera inmediata y el camino se abriera fácilmente para las mujeres como lo afirman Castellanos y Orejuela (2014) "Sin embargo no bastó el reconocimiento del fútbol femenino como herramienta que impulsara de una manera más fácil el ingreso de la mujer al tema deportivo, siguió siendo una lucha de poder entre quienes decían que las mujeres podían y los que decían que no conseguiría ser valorada dentro del deporte" (Pág. 20). A pesar de ello, fue un momento importante para las generaciones siguientes que aspirarían a lograr un puesto en esta labor.

La determinación de la mujer ha sido importante para entrar y ejercer la profesión, es notable cuando se asigna este trabajo porque existe interés por el deporte, y no debido a otras razones diferentes a la profesionalidad y la afinidad hacia la fuente "Cuando se habla de profesionales en el deporte y se conduce a una mujer es porque hay un gusto consciente por el tema. Porque es ella quien decide hablar,

especificar, indagar, criticar y analizar y porque simplemente disfruta lo que hace." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 12) Esto demuestra la capacidad de la mujer en Colombia, que ha sabido romper barreras y prepararse de forma adecuada para ejercer esta profesión y dar a conocer otra faceta en materia laboral, que no debe ser discriminada por los ideales femeninos o masculinos.

Finalmente, tras haber encontrado el proceso, los obstáculos y la apertura del medio deportivo hacia las periodistas, hay un campo abierto por las mujeres que han incursionado desde hace décadas y que ahora se fortalece con el trabajo que realizan nuevas periodistas, éste se diferencia del trabajo que han hecho los hombres en el mismo gremio, especialmente en Colombia donde se registran experiencias más positivas que en los otros países que han documentado los procesos de inclusión "No puede hablarse de un fenómeno sino de un metódico trabajo que hoy en día da frutos representados en seguidores. El desempeñarse en el periodismo deportivo siendo mujer es el valor agregado a la función periodística, donde esta brinda un toque de sensibilidad que ameniza la entrevista." (Restrepo y Rodríguez, 2015, pág. 12).

La Comunicación en contexto con el rol femenino en el periodismo deportivo

En el planteamiento de la investigación como marco teórico se generaron tres categorías de conocimiento desde las cuales se desarrolla este trabajo según los temas que abarca el periodismo femenino en Colombia:

1. Comunicación y género
2. Comunicación y cultura
3. Comunicación y deporte

Cada una de ellas ha sido fundamental para entender que la Comunicación es la base del análisis sobre el desarrollo profesional en el medio periodístico de nuestro país, además se explica por qué las mujeres han tenido una historia de lucha y superación tras años de estar relegadas o subvaloradas en el cumplimiento de su profesión, especialmente en el campo del periodismo deportivo.

Las perspectivas de estas categorías ayudan a comprender a la mujer y el entorno en el cual se ha ido desarrollando a través de los años, especialmente en Hispanoamérica y concretamente en Colombia, donde se encuentran procesos de expansión en el campo por acontecimientos puntuales que han generado una apertura hacia la participación femenina en campos como la presentación de deportes y también en el aspecto laboral como la aceptación del público, lo cual hace parte de ese fenómeno de incluir mujeres en espacios deportivos que ha ido creciendo, acentuándose y siendo casi un requisito para la conformación de los equipos de trabajo en la actualidad.

Por otra parte, se hace necesario indagar acerca de estos escenarios para entender hacia donde se desarrollará el panorama de la mujer en el periodismo deportivo, pues claramente los cambios que se han generado en cuestión de inclusión, preparación, interés en el campo, valoración de la mujer, participación femenina en los deportes y la profesionalización de mujeres en el periodismo

deportivo van marcando una tendencia que puede desencadenar un progreso y una mejora de oportunidades en el medio; como también se puede generar un estancamiento y la estereotipación de la mujer que participa en este entorno.

Comunicación y Género

Este apartado habla sobre la relación entre la Comunicación y la percepción de género que se produce a través de los medios. Para la investigación es fundamental explicar cómo se logra que la sociedad esté permeada sobre los ideales que deben tener mujeres y hombres, esto por medio de procesos comunicativos y la transmisión de los mismos hasta lograr posicionar estereotipos que definan los roles femeninos y masculinos.

Para comenzar, cuando se habla de género en este proyecto se toma como referencia la definición de Bonan y Guzmán (2007) acerca del género, visto como la sistematización de diferencias entre hombres y mujeres que se reflejan en la cultura por medio de prácticas y pensamientos. De esta forma, el género se diferencia del sexo, pues éste hace referencia a las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, pero el género va más allá de una concepción corporal para dar cabida a parámetros en el comportamiento según ideales femeninos o masculinos que definen relaciones económicas, políticas, sociales, entre otros.

Es por ello, que el género es importante en las relaciones de poder, es una forma de controlar a la sociedad por medio de métodos opresores para señalar qué es lo que está “bien” y qué es lo que está “mal”. García Suárez y Muñoz Onofre (2009) señalan que "(...) el género es una forma del ordenamiento social que establece regulaciones sobre las personas, debido a las concepciones sobre las masculinidades, y las feminidades, y de las relaciones entre ellas, pero también que estas concepciones y relaciones se vinculan, a su vez, con otros ejes de las relaciones de poder ya referidos." (pág. 137) De esta forma se comienzan a inculcar ideas acerca de lo que las personas tienen que corresponder en la sociedad de acuerdo con el género al que pertenezcan o se identifiquen.

En este proceso las instituciones son fundamentales para ejercer mecanismos que inculquen la ideología hegemónica en la ciudadanía, por ello se ha encontrado que los centros educativos son una fuente principal para desarrollar los recursos de control "Los dispositivos pedagógicos de género abarcan cualquier procedimiento social a través del cual un individuo aprende o transforma los componentes de género de su subjetividad, y su eficacia se puede encontrar operando en dinámicas más sociales, como los imaginarios que sobre hombres y mujeres circulan en la escuela" (García Suárez y Muñoz Onofre, 2009, pág. 139) Por ende, se recibe información y pautas acerca de cómo debe ser un niño y una niña desde pequeños, creciendo con estereotipos e ideales impuestos que se reflejan a lo largo de la vida en el comportamiento y los actos de cada persona que busca encajar dentro de los parámetros impuestos.

La escuela es uno de los ejemplos de instituciones primarias que imparten la normatividad y normalización de los estereotipos de género, sin embargo, existen otras fuentes que después de las interacciones personales se convierten en un recurso infalible para la comunicación de mensajes, por ejemplo, los medios "(...) los medios de comunicación se erigen como un elemento determinante en la socialización secundaria de las personas. Por lo tanto, desempeñan un papel protagonista en la sociedad actual, atendiendo el acceso a la información y al ocio y, consecuentemente, transmitiendo valores culturales, creando y difundiendo símbolos referenciales." (Pérez Calero, 2016, pág. 110).

Es allí cuando se logra difundir el discurso que beneficia al poder y logra estandarizar a la sociedad "Resulta evidente que la sociedad recibe una gran influencia en sus formas de vida, costumbres, modos de pensar, de organizarse y de funcionar, a través de los medios de comunicación. El poder que éstos ostentan establece una tarea con un papel fundamental a la hora de la ordenación y la formación de los discursos y de las imágenes sociales que las personas mantienen en su vida cotidiana." (Pérez Calero, 2016, pág. 108) De forma que las ideas que transmiten los medios acerca de cómo se debe vivir influyen en el día a día de las personas, así se valida un estilo de vida de acuerdo con lo que

comuniquen los medios, muchas veces sin un cuestionamiento de la "realidad" que se muestra frente a lo que se vive en la cotidianidad.

Entonces, los imaginarios o estereotipos se marcan en la sociedad acorde con lo que se muestra a través de diferentes fuentes de información. En este caso, para hablar de estereotipo se toma la siguiente definición "El estereotipo se define como un conjunto de ideas acerca de los géneros que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad. Estas ideas simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los géneros que se basa en marcar las características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir." (Belmonte y Guillamón Valencia, 2008, pág. 116) Allí se habla de dos conceptos fundamentales para esta investigación y el entendimiento de la misma: Establecimiento de roles e identidad en función del papel social, estos se hacen notorios más cuando se encuentran imaginarios sobre las mujeres que corresponden a esas imposiciones de rol en el estado del arte y las entrevistas aplicadas en la metodología.

En cuanto al género, se normalizan las ideas que se tienen acerca de lo masculino y femenino, cómo se debe actuar y qué es lo correcto para encajar con esos parámetros "Los imaginarios se producen y se naturalizan a través de las conversaciones espontáneas y cotidianas mediante las cuales las personas definen qué es y qué debe ser un hombre y una mujer, así como los comportamientos que uno y otra deben seguir para adaptarse a los mandatos de género tradicionales." (García Suárez y Muñoz Onofre, 2009, pág. 139) Desde allí se puede comprender por qué hay normas claras tanto para hombres como para mujeres, en su mayoría logran diferenciar unos de otros generando desigualdad o diferencias que pueden no ser positivas.

Belmonte y Guillamón Valencia (2008) lo señalaron al decir que "Representaciones estereotipadas que actúan como modelos de desigualdad para la construcción de identidad de género de sus jóvenes espectadores, y que, dado el poder como agente socializador y fuente de educación informal de la televisión, contribuyen al mantenimiento de la desigualdad de género en el plano de «lo

real»." (pág. 120) Lo cual pone a la televisión como uno de los medios más representativos para imponer discursos y "enseñar" a los receptores, especialmente en edades tempranas cuando están en búsqueda de su identidad y de lo que más adelante los determinará en todos los campos de relación con el mundo, de forma que se moldean de acuerdo con lo que la sociedad exige "(...) las desigualdades no se forjan solo por la fuerza de determinantes económicos o legales, sino también por el imaginario institucional y simbólico del poder que, sea en el mundo público o privado, estructura un conjunto amplio de prácticas y formas de interacciones cotidianas." (Bonan y Guzmán, 2007, pág. 4).

Desde allí se puede entender que los ideales de género sean importantes en la sociedad y que permeen la conducta de acuerdo con el perfil de hombre o mujer que se impone "El imaginario hegemónico del género es un potente motor en la construcción de las identidades individuales de hombres y mujeres así como en la formación de las subjetividades colectivas con gran impacto causal en la vida social." (Bonan y Guzmán, 2007, pág. 4) Sin embargo, estas identificaciones no dan cabida a una toma de decisiones de identidad totalmente libre, por ello es difícil que personas con una ideología distinta sean aceptadas a nivel social, pues no cumplen los parámetros establecidos "(...) las identificaciones de género tienden a ser unidireccionales, esto es, a proponer masculinidades y feminidades uniformadas y lineales. Para ello, la representación de las relaciones entre los hombres se propone como un lugar propicio para establecer una especie de «exaltación de la masculinidad», frente a las relaciones entre las mujeres, donde se exalta el lado opuesto, «la feminidad»." (Belmonte y Guillamón Valencia, 2008, pág. 119).

Además, esta línea sobre el género también se relaciona con la cultura (de la cual se hablará en el siguiente apartado) por lo que los comportamientos y roles designados van ligados a la cultura de cada sociedad y el interés particular de ella, por ello los estereotipos no siempre concuerdan con otras ideas de sociedades diferentes acerca de lo correcto o incorrecto al ser hombre o mujer "El género hace referencia a las características psicosociales asignadas a hombres y a

mujeres de forma diferencial dentro de una cultura y etapa histórica. Como se ha dicho, los estereotipos de género son asignados culturalmente a partir de unas creencias y formas de vivir de un grupo. Existe variedad de estudios en torno a los estereotipos de género que aseguran una distinción determinadamente biológica de hombres y mujeres que les hace comportarse y vivir de una forma o de otra en función de sus roles." (Pérez Calero, 2016, pág. 92).

Claramente las distintas fuentes de información han dado lugar para que exista el concepto de "lo normal" y lo "anormal", de forma que el proceso consciente de la construcción de género en la sociedad es casi nulo; existen mensajes que se distribuyen de forma directa o indirecta acerca de lo que se debe ser para ser aceptados y "normales". "Desde la perspectiva de los imaginarios de género, los dispositivos dan lugar a procesos de idealización, naturalización y esencialización de los usos cotidianos del lenguaje, así como de sus efectos performativos." (García Suárez y Muñoz Onofre, 2009, pág. 139) De esta forma se influye en la manera que se da la comunicación entre seres, con diferencias marcadas por ser hombre o mujer ya existen formas predeterminadas de cómo relacionarse con el entorno.

Un ejemplo sobre la relación de la Comunicación y el género femenino es el estereotipo de la informalidad en espacios que son normalmente asignados a la mujer "Históricamente, las mujeres han tenido el dominio de la comunicación en los espacios privados: en la familia, el barrio, las reuniones de lavanderas en torno a los ríos, etc. A esta comunicación se le ha dado un carácter coloquial, de chisme, de lo que no es oficial." (Campillo, 1994, pág. 66) A pesar de ser una afirmación de varias décadas atrás, todavía tiene validez, lo que nos demuestra un avance lento en relación a los estereotipos de género.

Este tipo de concepciones están ligadas a los medios y la visualización de la mujer, la forma en que diferentes canales comunicativos y formatos muestran la cotidianidad alterada de las mujeres, crean imaginarios que asignan una realidad menos favorecida al género femenino "Aunque reconocemos que el nexo entre los medios y las mujeres se establece en el marco de las desigualdades preexistentes

a la expansión comunicacional, y que ellos no son los causantes de la marginación y desigualdad de las mujeres frente a los hombres, la manera de presentarlas, proyectarlas, representarlas o usarlas, puede potenciar o disminuir no sólo su marginación, sino también las inequidades de género." (Silva, 2000, pág. 12). De hecho Mattelart (2005), entre varios enfoques de la relación entre mujeres y medios, afirma que una idea prevalente acerca de los estereotipos se debe a la conceptualización femenina en medios "(...) sostiene que los medios están profundamente implicados en la definición misma de la realidad y en la construcción de la representación de las mujeres." (pág. 38).

Además, en la cultura latina todavía sigue siendo fuerte la tradición masculina y el rol principal del hombre en la sociedad, lo que termina por afectar directa o indirectamente a la mujer, pues el poder y toma de decisiones está concentrado en los hombres y se sigue pensando en la feminidad como algo secundario "El androcentrismo se expresa continuamente en la industria mediática. Vivimos en una sociedad patriarcal acostumbrada a considerar lo masculino como universal. Esto conlleva que cuando se habla de los asuntos que conciernen al conjunto social, parece reglamentario que sean hombres los que protagonizan la noticia, englobando también a las mujeres." (Pérez Calero, 2016, pág. 103).

La relación directa de las mujeres con los medios no se ha dado de forma positiva, desde un inicio se marcó un camino diferente de ideologías y desde que la mujer decidió alzar la voz se ha generado discordia en esta vía de comunicación "Las primeras acciones comunicacionales de las mujeres organizadas se focalizaron en la denuncia y crítica de los contenidos de los medios de comunicación masivos. De esta forma, se estableció entre ambos sectores una conexión marcada por la desconfianza y el desinterés." (Silva, 2000, pág. 12). Desde entonces se ha discriminado el uso de distintos canales, sean convencionales o no, para dar a conocer la lucha y el mensaje femenino para lograr cambios a favor; sin embargo todavía se generan obstáculos por el género que representan "Para las mujeres, el aislamiento informativo resultante de la discriminación de género compromete

gravemente sus posibilidades de participar en los procesos de desarrollo que las afectan (...)" (Campillo, 1994, pág. 66).

A pesar de ello no todos los procesos han sido negativos, a medida que la sociedad y el conocimiento han avanzado, también lo han hecho algunos medios paulatinamente, así que se han intentado abrir espacios para integrar a la mujer debido al momento coyuntural referente al feminismo "En el mundo actual, los medios de comunicación están permanentemente presentes y se articulan como un elemento importante en todo el accionar de la humanidad, lo cual influye también, en la búsqueda de alternativas igualitarias para la mujer dentro de todos los campos que se desarrollan en una sociedad" (Cruz Muñoz, 1997, pág. 36).

De esta forma la visión hacia la mujer ha ido cambiando y se ha ampliado la ideología de comportamientos que se deben tener de acuerdo con el género, aunque todavía está marcado por diferentes campos a los cuales el acceso es restringido y se abre de manera pausada "Al igual que en otras áreas de la vida social en que la mujer se ha ido incorporando, la misma no se ha realizado en las labores relacionadas con la producción de pensamiento y conocimiento. Esta situación es una manifestación de los niveles de desigualdad de participación en el sistema sexo/género" (Cruz Muñoz, 1997, pág. 40).

Uno de los puntos clave para entender las diferentes propuestas de representación femenina es cuando comienzan a surgir géneros como la comedia en los medios, lo que permitió pensar a la mujer de una forma diferente a la tradicional "Este nuevo enfoque está inspirado en un esfuerzo y/o en un deseo de reconciliarse con la experiencia de la mujer ordinaria, en su vida cotidiana, con su temporalidad propia." (Mattelart, 2005, pág. 39). Una de las herramientas que ha facilitado este progreso es el avance tecnológico para repensar la forma de comunicación y los canales disponibles para difundir nuevos mensajes "El poderoso contexto del desarrollo comunicacional de las nuevas tecnologías se impuso sobre las reflexiones de comunicación y género. Esto fue aceptado como una invitación a complejizar el análisis, a revisar las categorías utilizadas hasta ese momento, a construir otras propuestas." (Silva, 2000, pág. 14).

Y aunque se documenten este tipo de apuestas o experimentos, todavía los medios se quedan cortos para alcanzar una verdadera revolución de pensamientos que generen cambio "Si bien no se puede negar que los medios permiten el acceso a nuevos discursos culturales y sentidos simbólicos, también es cierto que en el caso de los contenidos transmitidos, concretamente en la representación de las mujeres, no se visualizan grandes transformaciones." (Silva, 2000, pág. 14).

De esta forma se hace un llamado a la Comunicación y los medios, para que los procesos de desarrollo y cambio a favor de hombres y mujeres puedan ser expresados, además que el mensaje que es constructivo y diferente al hegemónico, sea difundido "La lucha contra los estereotipos vinculados al género no es un problema que sólo concierne a las mujeres, es la clave para la consecución de la democracia. La perspectiva de género es más que un marco interpretativo o analítico, también aspira a ser un ítem para la transformación y dar paso a la vital equidad entre los sexos. Sería útil llevar estos postulados a todas las redacciones y medios de comunicación y conseguir que se asuman los procesos de trabajo adecuados." (Pérez Calero, 2016, pág. 113).



Imagen 4. Infografía acerca de los medios y el enfoque de género. Recuperada de <http://www.epgconsultora.com.ve/wpcontent/uploads/2015/08/medios.jpg>

Comunicación y Cultura

En este apartado se tratan temas que relacionan la Comunicación con procesos de expansión en cuanto a la cultura latinoamericana y la tradición cultural heredada desde el exterior, la cual ha generado diferentes conflictos en el territorio latino. Para entender lo que sucede a nivel cultural se han tomado como referentes algunos postulados de la Escuela Latinoamericana y lo relacionado a la cultura, la relación con la Comunicación y las industrias culturales.

Para comenzar, hay que plantear la idea que Latinoamérica tiene una identidad cultural difícil de describir y con diferentes puntos de vista, los cuales podrían dividirse en dos perspectivas principales: la primera es la riqueza cultural que convierte en un dilema estudiar la cultura Latinoamericana como un conjunto homogéneo "El problema de la cultura en América Latina nos plantea inapelablemente el problema de la pluralidad cultural." (Martín-Barbero, 2012, pág. 20) y la segunda, es la innegable influencia externa de modelos impuestos que tiene Latinoamérica y que ha generado preguntas acerca de la verdadera cultura propia y la modernización de la misma "La interpretación de nuestra historia cultural por sus omisiones respecto de un modelo occidental consagrado refleja no sólo la hegemonía de este último sino, además, un antiguo gesto de perplejidad frente a las diferencias específicas de 'lo latinoamericano' cuando ese nuevo territorio es analizado con las categorías mentales del descubridor." (Brunner, 1990, pág. 305).

Desde estas dos perspectivas se cuestiona cuál debe preponderar, la cultura que se considera tradicional o la recepción de la modernidad que conlleva a mezclar lo autóctono con otras culturas por medio de las comunicaciones "Ese debate contiene entonces a América Latina: la resistencia de sus tradiciones y la contemporaneidad de sus atrasos, las contradicciones de su modernización y las ambigüedades de su desarrollo, lo temprano de su modernismo y lo tardío y heterogéneo de su modernidad." (Martín-Barbero, 2001, pág. 2). Sin embargo, parece claro que no se puede evitar que exista una conexión con la cultura global y la normalización de esa situación a pesar de la intención de que prevalezca lo

local "En América Latina gritan a favor de una identidad cultural nacional, la organización económica y política de nuestros países es de hecho una correa de transmisión de la transnacionalización y la homogenización cultural." (Martín-Barbero, 2012, pág. 21).

En lo que coinciden distintos teóricos es que la modernización de la cultura Latinoamericana ha sido un proceso lento y torpe que de todas formas se ve inmerso en el sistema de la globalización "Postulamos que las culturas de América Latina, en su desarrollo contemporáneo, no expresan un orden -ni de nación, ni de clase, ni religioso, ni estatal, ni de carisma, ni tradicional ni de ningún otro tipo- sino que reflejan en su organización los procesos contradictorios y heterogéneos de conformación de una modernidad tardía, construida en condiciones de acelerada internacionalización de los mercados simbólicos a nivel mundial." (Brunner, 1990, pág. 302).

Además, Brunner (1990) sostiene que la cultura de todas formas se verá mezclada con otras y se generarán "híbridos" que permiten una conexión recíproca "Los roles culturales se separan con la modernidad, más allá de las hibridaciones que subsisten o de las nuevas formas de interconexión que se generan." (pág. 325) Esto conlleva a que exista una relación mediada por la comunicación y que se conozcan las diferentes culturas en un proceso más rápido y normalizado, de esta forma se apoya la idea sobre la transnacionalidad "Al exponer cada cultura a las otras, tanto del mismo país como del resto del mundo, los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia." (Martín-Barbero, 2001, pág. 11).

Allí es donde los medios juegan un papel especial, son los encargados de difundir las diferentes culturas y de utilizar el desarrollo tecnológico con el fin de internacionalizar los saberes de cada sociedad "Pues si hay un movimiento poderoso de superación de barreras y disolución de fronteras, es el que pasa por las tecnologías de información y comunicación. Pero son justamente esas tecnologías las que de manera más intensa aceleran la integración de nuestros pueblos y culturas al mercado (...)" (Martín-Barbero, 1993, pág. 66).

Estos procesos a través de la cultura también han permitido reflexionar en diferentes estructuras sociales y quienes forman parte de ellas, de esta manera se busca que el intercambio cultural sea también un espacio de cambio para la comunidad "Es esa misma experiencia la que está obligando a repensar las relaciones entre cultura y política, a conectar la cuestión de las políticas culturales con las transformaciones de la cultura política, justamente en lo que ella tiene de espesor comunicativo, esto es, de trama de interpelaciones en que se constituyen los actores sociales; lo que a su vez se revierte sobre el estudio de la comunicación masiva (...)" (Martín-Barbero, 1993, pág. 61). Desde allí se comienzan a identificar situaciones sociales que se pueden desprender de las mediaciones comunicativas "(...) Empezar a pensar los procesos de comunicación no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social esto es desde (sic) las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura." (Martín-Barbero, 2012, pág. 20).

Justamente estos procesos culturales dan espacio para entender cómo se relaciona la cotidianidad con prácticas distintas a las habituales, pero que se han adquirido en medio de la modernización que se proyecta en América Latina, lo cual incluye diferentes formas de comunicación "La integración que resulta de la modernidad es la incorporación a una experiencia compartida de las diferencias, pero dentro de una matriz común proporcionada por la escolarización, la comunicación televisada, el consumo continuo de la información y la necesidad de vivir conectado comunicativamente en la "ciudad de los signos"." (Brunner, 1990, pág. 328).

Sin embargo existen opiniones que comentan los detalles que se pueden desencadenar a partir del uso comunicativo de herramientas de conexión, generando una problemática cultural "Pues lo que los procesos y las prácticas de comunicación colectiva ponen en juego no son únicamente desplazamientos del capital e innovaciones tecnológicas, sino profundas transformaciones en la cultura cotidiana de las mayorías: cambios que sacan a flote estratos profundos de la memoria colectiva, al tiempo que movilizan imaginarios fragmentadores y

deshistorizadores de la experiencia, la acelerada desterritorialización de las demarcaciones culturales (...)" (Martín-Barbero, 1993, pág. 59).

Se puede ver que también la crítica hacia la mediatización de la modernidad cultural que "urge" a Latinoamérica se debe a la situación actual de la sociedad, la cual tiene prioridades por cubrir y se ve afectada por la relevancia de un tema que es de segunda necesidad en algunos países "Además, la centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de comunicación, esto es, de cohesión política y cultural." (Martín-Barbero, 2001, pág. 11).

Por otra parte, se le atribuye a la modernización y ampliación de la cultura hacia la sociedad, sin importar clases y abriendo espacio a diferentes direcciones que no siempre apunten a lo conocido o tradicional "Las experiencias culturales han dejado de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las etnias o las clases sociales. Hay un tradicionalismo de las élites letradas que nada tiene que ver con el de los sectores populares, y un modernismo en el que se encuentran –convocadas por los gustos que moldean las industrias culturales– tanto buena parte de las clases altas y medias como la mayoría de las clases populares." (Martín-Barbero, 1993, pág. 62).

Entonces, las industrias culturales son hoy en día las que utilizan la comunicación y sus medios para poder lograr la interacción que busca la modernización, de esta forma se habla de una "democratización" cultural "La acción transnacional de las grandes industrias culturales e informáticas está reconfigurando la esfera pública, la comunicación social, la información y los entretenimientos cotidianos en casi todo el planeta. Por una parte, como decía, esta interrelación mundial favorece el conocimiento recíproco entre culturas antes desconectadas y un acceso más diversificado de sectores amplios a los bienes y mensajes modernos. Pero la interculturalidad, y su diversificación de ofertas, siguen estando desigualmente repartidas." (García Canclini, 2002, pág. 4).

A pesar de ello, la modernidad cultural se ha visto obstaculizada por la poca atención pública que ha recibido el sector para avanzar, el desarrollo necesario para el intercambio cultural no se ha concretado en las políticas necesarias para dar paso a este proceso "En América Latina aun los países en los que existe mayor producción cultural carecen de suficientes estadísticas culturales, y por tanto no es posible efectuar comparaciones regionales que faciliten la cooperación y los intercambios. La investigación y la sistematización pública de la información sobre inversiones, producción, difusión y consumos culturales, sobre importaciones y exportaciones, sobre la potencialidad cultural y comunicacional de cada sociedad, es básica para desarrollar políticas sustentables e innovadoras." (García Canclini, 2002, pág. 16).

En este sentido hay un encuentro de pensamientos, pues se limitó la preservación cultural a lo local y artístico, por lo que no se ha articulado otros aspectos que entran dentro de la idea sobre cultura "(...) hacer políticas culturales implica ahora ocuparse con nuevos criterios y objetivos de las industrias comunicacionales. Defender la identidad y la diversidad cultural, o el uso democrático de patrimonios intangibles, como se enuncia en los discursos de organismos públicos, es algo con poco sentido y eficacia si lo que se dice y se hace queda enmarcado en el territorio de cada nación, y se limita a los campos de las bellas artes y las culturas tradicionales de carácter local." (García Canclini, 2002, pág. 13).

Por ello Jesús Martín-Barbero se plantea dos líneas de trabajo para una modernización integral "Una, la indagación de lo que en los procesos masivos de comunicación convoca u obtura la memoria en que se tejen los tiempos largos, los que hacen posible el reconocimiento de los pueblos y el diálogo entre tradiciones, y dos, la investigación de los cambios en las imágenes y metáforas de lo nacional, la devaluación, secularización y reinención de tradiciones y mitologías en que se deshace y rehace esa contradictoria, pero aún poderosa, fuente de identidad." (Martín-Barbero, 1993, pág. 64). Lo anterior concluye el pensamiento de la modernización pero no sólo como un proceso industrial sino como el intercambio real de culturas que fortalezcan las ideas propias.

Desde esta perspectiva es importante entender cómo se ha visto la cultura desde Latinoamérica y por qué se le ha dado la relevancia que tienen a los medios de comunicación, lo cual facilita un cambio y la apertura que se ha dado en la última década en el pensamiento cultural acerca de muchos aspectos sociales. En el caso de esta investigación, queda claro que no es una coincidencia el proceso de modernización cultural con el cambio paulatino que han tenido los medios hacia la apertura e inclusión femenina en ellos.

Comunicación y Deporte

La finalidad de este apartado es entender la importancia del deporte dentro de la investigación. Este trabajo no sólo habla sobre periodismo, sino de un campo específico que a lo largo de este apartado se entenderá por qué ha contribuido a mantener diferentes estereotipos que han dificultado la entrada de la mujer en el gremio deportivo.

El deporte es uno de los campos más estereotipados que existen debido al uso del cuerpo para realizar actividades físicas, de forma que se marcan aún más las diferencias de lo que es masculino y femenino que en otros espacios "Estas diferencias sociales entre varones y mujeres así mismo se hacen patentes cuando analizamos sociológicamente la producción y utilización del cuerpo. Persisten hoy en día ciertas desigualdades en la consideración del cuerpo en ambos géneros." (Buñuel, 1994, pág. 100). Justamente Buñuel (1994), explica que allí se tiene muy claro lo que delimita a cada género creando una percepción de sólo dos opciones entre hombre o mujer "Los esquemas de percepción se enraízan en la división social y sexual del trabajo y generan clasificaciones binarias que definen los géneros masculino y femenino. Lo que se aprende con el cuerpo "no es algo que se tiene, sino que se es"." (pág. 103).

Esos límites establecidos generaron relaciones de poder en la sociedad, los cuales dieron como resultado el aval hacia la diferenciación según el género y las consecuencias en la esfera política que eso conlleva "Las diferencias físicas entre ambos sexos eran consideradas, en general, en términos de fuerza masculina y

debilidad femenina, y esto permitió establecer diferencias en las supuestas cualidades esenciales de hombres y mujeres que, al tiempo, permitían explicar, a la vez que legitimar, las diferencias de status social, político y económico." (Martínez, Mateos y Rodríguez, 2009, pág. 3). Un ejemplo de ello es que a la mujer se le asignaran tareas en el hogar y salir de ese papel ha sido una lucha difícil para los movimientos feministas "No hay que olvidar que, hasta fechas bien recientes, las mujeres tuvieron como principal tarea las labores domésticas y el cuidado de la familia." (López, 2011, pág. 35).

Otro de los estereotipos más comunes, no sólo en el deporte, sino dentro de la sociedad es el de la fuerza, pues se considera que es un atributo masculino y por ende la mujer es pensada como si perteneciera al "sexo débil" "(...) la construcción social de los cuerpos masculinos y femeninos se basa en un hecho biológico y en una cuestión de fuerzas y habilidades fuera de las cuales cualquier diferencia genera ansiedad y perplejidad." (Hernández, Herraiz, Sancho y Vidiella, 2010. pág. 102). De hecho, la fuerza se trata como una razón de superioridad de los hombres frente a las mujeres, justificando la normalidad de la hegemonía masculina "(...) se han abierto debates que apuntan a la relevancia del papel del deporte en la normalización de las masculinidades basadas en la superioridad física (biológica) de los 'hombres'. Tanto la fuerza y la habilidad, como la capacidad y la condición física, son cualidades que definen los procesos de invisibilidad naturalizada del sistema patriarcal." (Hernández, et al., 2010, pág. 108).

Una muestra de este pensamiento es categorizar los deportes de acuerdo con la fuerza y otras cualidades que son asignadas al ideal de masculino o femenino, la gimnasia por sus movimientos y técnica de "delicadez" es considerada como un deporte para mujeres "En la actividad físico-deportiva los estereotipos se encuentran mucho más acentuados confundiendo las diferencias anatómicas y biológicas con las posibilidades reales de cada uno de los sexos. Sirva como ejemplo el caso de la gimnasia femenina, una disciplina que se va a desarrollar precisamente a partir del estereotipo de "feminidad" establecido y que buscará

inicialmente potenciar aquellos valores y actitudes considerados propios de la mujer (...)" (Martínez, et al., 2009, pág. 7).

Incluso se puede utilizar la diferencia de fuerza-delicadeza que corresponde a lo masculino-femenino para criticar o marginar a alguna persona que no cumpla con el adjetivo asignado a su correspondiente género "Las mujeres que practican deportes basados en la fuerza o el contacto físico son en ocasiones atacadas o ridiculizadas por traspasar la línea de lo considerado femenino, como las levantadoras de peso o las boxeadoras." (López, 2011, pág. 43). Esto demuestra que poco a poco se han ido combatiendo los parámetros propuestos por la sociedad frente a las actividades que deben realizar las mujeres, defendiendo sus intereses hacia la práctica de los deportes "Las represiones y condicionantes sociales, han impedido y limitado las oportunidades de las mujeres de practicar ejercicio de forma regular y con cierta intensidad, lo que ha creado diversas expectativas en el rol de cada uno de los sexos respecto a las actividades que podían realizar (...)"(Martínez, et al., 2009, pág. 8).

Aunque estos imaginarios marquen una pauta a seguir, se pueden encontrar ciertas excepciones de quienes no consideran que los estereotipos los definen, sin embargo, son minoría, pues la sociedad se permea de los parámetros convenientes a las relaciones de poder. En este ejemplo de Buñuel (1994) se denota la participación masculina en disciplinas que normalmente se ejercen por mujeres "En cierto modo persisten las diferencias según género. Así pues, los varones representan una minoría en las actividades grupales de aerobio, góndolas, jazz, yoga, y una mayoría en musculación, actividad ésta individual y de marcada finalidad estética." (pág. 112).

El deporte más masivo del mundo es un perfecto ejemplo para ilustrar también la asignación de masculinidad a la actividad física. El fútbol se ha viralizado en el mundo y ha logrado constituirse como un deporte mayoritariamente masculino "Uno de los imaginarios más conectados con este sentido de ser hombre es el vinculado al deporte y, especialmente en nuestros días, al fútbol. Su difusión mediática desempeña un papel importante como dispositivo de normalización de

la masculinidad heterocentrada (...)" (Hernández, et al., 2010, pág. 101). Además, se ha adoptado desde la infancia como un deporte a seguir, como lo postulan Hernández, et al. (2010) generando procesos de construcción de identidad y reconocimientos de lo masculino por medio de la difusión del deporte, creando referentes de género. (pág. 102).

Desde los medios se ha permitido que se prolonguen las diferencias de género y que la sociedad admita las mismas, perpetuando que los imaginarios persistan "Los medios de comunicación no han sido ajenos a esta situación y han actuado acorde con las creencias arraigadas en la sociedad. Con el paso de los años las mujeres se han incorporado a todos los deportes, no sin trabas; sin embargo, la cobertura mediática no se ha incrementado al mismo ritmo que sus avances." (López, 2011, pág. 43). Además, estos temas son beneficiosos para los medios que buscan posicionarse por lo mediático y los temas virales que se producen en la fuente deportiva "Por lo que respecta a la influencia del deporte en la programación de los mass media, debe señalarse que aquél constituye una fuente inagotable de noticias para los medios, de una clase de noticias de gran interés popular, de alguna manera compensatorias o alternativas de las informaciones de actualidad siempre más conflictivas." (De Moragas, 1994, pág. 2).

Un ejemplo del interés de los medios en el deporte como recurso de popularidad es la difusión de noticias que no están relacionadas al espíritu deportivo de las disciplinas y sus participantes "No importa, los medios destacarán cualquier aspecto deportivo o extraprofesional, incluso personal, para retener la atención de la audiencia masculina especialmente, aunque la actuación profesional sea un fiasco." (López, 2011, pág. 27). Por el contrario, se busca mantener la imagen idealizada de cada género por medio de diferentes herramientas que cumplen con los parámetros sociales "(...) la referencia al cuerpo, la figura, el físico y todo lo que le acompaña, bien sea la ropa, el maquillaje, los complementos deportivos y otros elementos para hacer atractiva a la deportista están presentes en muchas informaciones y apenas figuran en las noticias sobre los deportistas." (López, 2011, pág. 25).

También existe un lenguaje especial para referirse a las mujeres deportistas, éste se caracteriza por mostrar dos facetas de las atletas: la feminidad y la irritabilidad "Aunque las posibilidades de representar a las mujeres que hacen deporte son infinitas solo señalaremos unas cuantas características: atlética, gorda, vulnerable, sosa, motivada, atractiva, voluble, constante, encantadora, simpática, talentosa, ingeniosa, regular, emocional, cansina y otros más." (López, 2011, pág. 24). Se debe tener en cuenta que todo el espectáculo detrás de la cosificación de la mujer ayuda a la popularización de los medios y la influencia que quieren generar "(...) los medios desbordaron el ámbito de la información sobre el deporte para empezar a ser protagonistas ellos mismos del deporte con las transmisiones en directo. Desde este momento los mass media no sólo fueron intérpretes o informadores de las actividades deportivas, sino que se convirtieron en auténticos coautores." (De Moragas, 1994, pág. 3).

Por otra parte, para los hombres no existe dificultad en cuanto a las críticas, pues el lenguaje que se utiliza no es discriminatorio y muchas veces resalta cualidades como deportistas, como lo señala López (2011) "En la información, las retransmisiones o los programas deportivos, los estereotipos negativos también se ceban con los deportistas, pero son cualitativamente distintos a los de ellas y, en más casos, positivos." (pág. 24). La autora también resalta que la recordación de las noticias deportivas acerca de hombres no es la misma que tiene cuando el hecho es protagonizado por una mujer "Aunque pueda haber informaciones similares sobre los deportistas, el impacto de género no es el mismo, es decir, la misma consideración periodística no tiene el mismo efecto si la actuación que se critica o denuncia recae sobre quienes, mayoritariamente, disfrutaban de la gloria y del reconocimiento en la historia del deporte, es decir, los hombres, que sobre las mujeres." (López, 2011, pág. 34).

Es por ello que se generan propuestas de cambios frente a los estatutos sociales referentes al deporte por parte de las mismas mujeres "Si bien es cierto que muchas mujeres quieren y participan, o se están adaptando al modelo deportivo establecido por la cultura masculina, otras tienden a buscar un modelo de deporte

femenino que les conduzca a una cultura feminista transformadora del propio deporte." (Martínez, et al., 2009, pág. 10). Esto también explica la relevancia que ha tomado el papel femenino en la participación de diferentes disciplinas deportivas "La progresiva incorporación de la mujer al deporte no es sino resultado del creciente protagonismo que ha ido adquiriendo en la sociedad actual, y si bien es cierto que la participación femenina ha conocido en los últimos tiempos un incremento significativo y constante las distancias con respecto al varón, tanto en lo referente al número de participantes como de integración en la propia esfera deportiva (...)" (Martínez, et al., 2009, pág. 2).

Finalmente se hace un llamado claro a los medios para que contribuyan al cambio social que genere mejores condiciones para las mujeres y no aporten a la perpetuación de estereotipos de género, especialmente cuando las siguientes generaciones hacen parte del público "De todo ello se concluye la necesidad de implementar la presentación de modelos positivos, sobre todo en los medios de comunicación, y especialmente en la televisión, ya que el impacto que las figuras masculinas tienen en los niños y jóvenes debería ser aprovechado igualmente en el caso de las figuras femeninas." (Martínez, et al., 2009, pág. 11).



Imagen 5. Medios en un evento deportivo. Recuperada de <http://img.desmotivaciones.es/201010/89QuicklyWhileShesBentOver.jpg>

Capítulo 3

Voces colombianas: experiencias, análisis y conclusiones

Propuesta Metodológica

Dentro del planteamiento de la monografía se determinó que el Paradigma interpretativo es ideal para desarrollar la investigación, pues se busca comprender un fenómeno cultural de la realidad colombiana. Por medio de procesos como revisión de literatura e indagación de la realidad a través de entrevistas se logra tener un panorama acerca de la pregunta principal de este proyecto *¿Cómo ha sido el tránsito del rol femenino en el ejercicio del periodismo deportivo en Colombia?*

Para entender esta realidad se formularon dos entrevistas: una dirigida hacia las periodistas deportivas, y otra dirigida hacia sus colegas masculinos, de esta forma se llegaría directamente a la fuente de información y se conocerían las percepciones que se han generado a través de los años en diferentes profesionales del medio.

Se buscó tener diferentes periodistas deportivas, tanto el relato de las pioneras en el gremio en Colombia, como aquellas que llevan algunos años de experiencia y hacen parte de las nuevas generaciones de periodistas. A pesar que no se obtuvieron todas las entrevistas deseadas debido a las múltiples ocupaciones de las diferentes postuladas, el resultado es enriquecedor gracias a las diferentes historias que se lograron recolectar: por una parte hablaron Claudia Helena Hernández, Blanca Luz Uribe y María Elena Chavarro, quienes fueron precursoras del periodismo deportivo hecho por mujeres y son reconocidas por su labor en el medio desde hace décadas; mientras que Vanessa Palacio, Diana Osorio, Juliana Sosa y Pilar Velásquez participaron en la entrevista aportando sus experiencias laborales, ya que han tenido un amplio recorrido en el medio en la última década y siguen aprendiendo cada día.

Por parte de los varones se tuvo en cuenta a Andrés “Pote” Ríos quien se ha desempeñado en el medio periodístico desde hace varios años y ha trabajado en diferentes medios nacionales con mujeres de la fuente deportiva, mientras que Juan Camilo Álvarez es un periodista deportivo de medios digitales que ha conocido otras periodistas y reporteras en medio del ejercicio de la profesión.

La entrevista para las mujeres consta de 10 preguntas que buscan conocer cómo ha sido la experiencia personal y profesional de ejercer el periodismo deportivo en Colombia, de esta forma se puede conocer las transformaciones que se han dado en la profesión desde que las primeras mujeres incursionaron hasta las que están entrando al gremio en medios digitales. Para los hombres se proponen 9 preguntas encaminadas a conocer la percepción masculina de la realización y ejercicio profesional de las mujeres en el periodismo deportivo.

Las preguntas fueron avaladas en medio del proceso de revisión del proyecto y se propuso un formato de consentimiento informado para los participantes, el cual no fue acogido dentro de las entrevistas, pues las periodistas y sus colegas masculinos no vieron la necesidad de firmar este documento sin embargo se les informó la finalidad y el procedimiento de la entrevista dentro de la investigación.

Las preguntas para las mujeres son:

1. ¿Qué la impulsó a ser periodista deportiva?
2. ¿Cómo es el trato hacia la mujer periodista por parte de sus compañeros?
3. ¿Qué experiencias la han marcado en su ejercicio periodístico?
4. ¿Cuáles diferencias personales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?
5. ¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?
6. ¿Ha sentido discriminación en el ejercicio de su profesión?
7. ¿Cómo se siente respecto a su profesión y la trayectoria que ha recorrido?
8. ¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?

9. ¿Qué tipo de lenguaje usan sus colegas y el público general para comunicarse con y hacia usted?
10. Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?

Las preguntas dirigidas hacia los hombres fueron las siguientes:

1. ¿Con cuáles mujeres ha compartido el ejercicio del periodismo deportivo?
2. ¿Cómo es el trato en los medios hacia la periodista deportiva según su experiencia?
3. ¿Qué experiencias notorias recuerda de la participación de mujeres en el periodismo deportivo colombiano?
4. ¿Cuáles diferencias laborales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?
5. ¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?
6. ¿Ha notado discriminación hacia las mujeres en el ejercicio de la profesión?
7. ¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?
8. ¿Qué tipo de lenguaje ha usado, usan sus colegas y ha notado que el público general usa para comunicarse con las periodistas deportivas?
9. Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?

Para realizar las entrevistas se realizó un formato PDF con las preguntas anteriormente escritas y el párrafo introductorio que explica para qué se realizan. Las preguntas fueron totalmente abiertas con la finalidad de comprender las distintas realidades que los entrevistados ofrecían y así generar la información necesaria para la investigación. La duración de cada entrevista estaba pensada para realizarse en 30 minutos máximo, lo cual cumplió el tiempo esperado al obtener un promedio de 20 minutos.

Análisis de Información

Entrevista femenina

1. ¿Qué la impulsó a ser periodista deportiva?

Frente a esta pregunta las periodistas se inclinaron por dos experiencias significativas: La influencia familiar, como lo expresaron Vanessa Palacio: “Mi mamá estudió Educación Física”, “Era raro para la época que a una mujer le gustara tanto el deporte o el fútbol y que hablara de fútbol”, Diana Osorio, quien creció en Estados Unidos con deportes como Basquetbol, Fútbol Americano y Fútbol “Principalmente porque vengo de familia de hombres. Prácticamente nunca jugué con muñecas, sino que siempre desde pequeña me pusieron a ver deportes” y Juliana Sosa “Desde que tengo uso de razón mi papá me llevaba al Estadio”

Mientras que otras periodistas manifiestan que su contacto con el deporte directamente como atletas las motivó a involucrarse con el periodismo. Pilar Velásquez habló sobre su incursión en la gimnasia “Nos movemos por una pasión. La mía fueron tres deportes principales: Primero el fútbol, porque mi papá me llevaba cada quince días al Estadio. Segundo la gimnasia rítmica porque lo practiqué y fui subcampeona nacional de este deporte cuando estaba un poquito más pequeña y representaba a Antioquia y tercero, el voleibol.”

María Elena Chavarro dice que su cercanía con el deporte la apasionó por esta profesión, mientras Claudia Helena Hernández quiso competir con un deporte que le exigía irse al exterior para la época y no contaba con los recursos suficientes “A mí me gustaba mucho el baloncesto, quería ser jugadora de baloncesto profesional pero aquí en Colombia no lo había en ese momento (...) entonces yo pensé que otra forma de seguir en el deporte y demás era haciendo periodismo.” Y Blanca Luz Uribe cuenta que

desde el colegio se interesó por el periodismo deportivo y comenzó a corta edad cubriendo eventos como la visita de Pelé. Además su frustración es no participar en Juegos Olímpicos “No haber sido una deportista de alto rendimiento y haber estado como competidora en unas Olimpiadas.”

De forma que las experiencias relacionadas con el deporte en etapas tempranas ha sido fundamental para estas periodistas, ratificando que el interés hacia la fuente es primordial para ejercer el periodismo deportivo, como se menciona en el estado del arte. Es importante resaltar este aspecto para entender que los intereses de las mujeres que deciden ser periodistas deportivas no están relacionados con los estereotipos mencionados anteriormente en la investigación, por el contrario, demuestran que su pasión las ha llevado a escoger esta carrera por convicción.

2. ¿Cómo es el trato hacia la mujer periodista por parte de sus compañeros?

Las periodistas pioneras en el campo manifiestan que no fue fácil en un comienzo, mientras ganaban reconocimiento por su buen trabajo. María Elena Chavarro comenta que a través de distintas actividades como cubrimientos deportivos fue demostrando su aptitud para la fuente “Fue muy difícil ganarse el prestigio, ganarse la credibilidad, pero todo lo ha dado el trabajo.” Por su parte, Blanca Luz Uribe menciona que la consolidación de las mujeres se dio al pasar el tiempo “Fue difícil. Digamos que de 10 colegas 9 no me creían, 9 trataban de corcharme (...) por la falta de respeto hacia una mujer en el oficio”.

Incluso Vanessa Palacio habla acerca de las dificultades que tuvo al ingresar al periodismo deportivo “Duro, yo no te voy a decir que fue fácil. Yo llegué muchas veces a mi casa llorando, también me hicieron muchas

propuestas indecentes los futbolistas”, “El tema de la credibilidad y del conocimiento no estaba” y también dice que al incursionar hay desventajas “Me da rabia porque uno como mujer tiene es que demostrar” una equivocación es más grave por ser mujer que hombre.

Diana Osorio también opina que todavía hay que recorrer camino para lograr aceptación al igual que se han logrado procesos ciudadanos a favor de la mujer “Es muy complicado porque todavía hay mucho machismo en el deporte. Yo creo que de igual manera es una lucha”. También manifestó que hay mujeres que han afectado la imagen positiva de las periodistas “Se metían en el mundo del periodismo deportivo pero era porque querían involucrarse en este mundo, conseguir una pareja”.

Pilar Velásquez, por su parte, cree que hay menos diferencias que antes en el gremio “Yo creo que ya la brecha se cerró un poquito. Es decir, nosotras las mujeres les estamos demostrando a los hombres en algunos casos que les podemos hablar de tú a tú en el deporte”, “Los hombres han entendido que nosotras en este medio podemos ser un complemento para ellos.” De igual forma Juliana Sosa cree que ha sido afortunada en materia de compañeros, muchos de ellos le han dado “tips” para mejorar profesionalmente “Me he encontrado con colegas muy receptivos (...) me parecieron muy colaboradores”.

Claudia Helena Hernández aporta que se está en un momento intermedio o de transición en el campo “En ese abrir camino digamos que hemos podido hacer que nos valoren, que nos respeten, que nos tengan en cuenta mucho más ahora que antes; sin embargo hay cosas que en el medio todavía no se han podido superar” opina que muchos medios no están interesados en contar con una periodista realmente formada, se dejan llevar por el físico.

Si bien está claro que todavía hay diferencias en el gremio, se sabe distinguir del medio en general y los colegas. Las periodistas creen que existe discriminación en ciertos ámbitos, pero que el trato de los hombres hacia ellas ha mejorado notablemente, en especial si los colegas hacen parte de generaciones más jóvenes; lo cual denota que la sociedad efectivamente se ve reflejada en el comportamiento de los hombres en la profesión, por lo que también es un indicador de cambio en la cultura del país.

3. *¿Qué experiencias la han marcado en su ejercicio periodístico?*

Frente a esta pregunta se esperaba conocer si para entrar al medio o por ejercer la profesión habían tenido un momento que fuera significativo para el desarrollo laboral. Se encontró que de forma positiva todas tienen recuerdos que conducen a situaciones relacionadas al ámbito deportivo más que al personal.

Vanessa Palacio habló sobre los dos extremos que tuvo que pasar en medio de diferentes etapas de la profesión “Cuando viajé sin recursos y me tocaba viajar en bus a estar como presentadora o periodista de ESPN” “Me han marcado los deportistas” menciona que la medalla olímpica de Mariana en Londres es lo que más la ha marcado. Pilar Velásquez por su parte habla del acompañamiento a la selección en Brasil “La mejor experiencia que he tenido son los JJ.OO. de Río 2016, tuve la oportunidad de estar con la Selección Colombia de Fútbol en Manaus”. Para María Elena Chavarro todos los momentos han sido claves para sumar a su hoja de vida y trayectoria, aunque el fútbol ha sido fundamental en su vida “La experiencia más grande fue haber estado en el mundial de Italia 90, todos los Sudamericanos que he hecho, todos los campeonatos”

Por otra parte Diana Osorio se siente satisfecha por su recorrido en el extranjero, especialmente en Barcelona “Trabajar para si no es el club más grande del mundo, el segundo más grande del mundo, o el mejor del mundo” Además piensa que se está viviendo el momento más grande y dorado para el ciclismo colombiano. Blanca Luz Uribe por su parte habla sobre el emprendimiento deportivo “Yo tuve con Esperanza Palacio una oficina de prensa que llamamos Prensa Deportiva donde hacíamos jefaturas de prensa de eventos deportivos” también menciona que la sacaron de los camerinos y que era ignorada en ruedas de prensa.

Juliana Sosa cree que la conexión personal dentro de un ámbito respetuoso y relacionado con la profesión es valioso “Que le permitan a uno conocer aspectos de la vida, muchas veces a los deportistas no les gusta abrirse a contar cómo es su vida o cómo es lo personal” Su meta es ir más allá de lo logrado hasta ahora y un logro importante es que le hayan publicado una entrevista en el impreso de El Tiempo a nivel nacional.

Para Claudia Helena Hernández el reconocimiento es gratificante “Que a ti te valoren, que a ti te respeten, que a ti te tengan en cuenta. Que tú puedas llegar a algún lado y presentarte (...) que la gente te escriba y te diga “lo que usted dice muy bien o tiene argumentos””.

4. *¿Cuáles diferencias personales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?*

Vanessa Palacio opina que el cambio se ha generad desde las mismas mujeres que han demostrado su potencial “Es un cambio abismal pero no porque la sociedad haya cambiado, sino porque las mujeres nos hemos ganando ese espacio” de allí que se encuentren consecuencias como la mencionada por Diana Osorio “Nos hacen parte, pero no nos hacen muy

importante, no nos permitan de cierta manera escalar. Por ejemplo el alto mando de un programa”.

María Elena Chavarro menciona la contratación como uno de los factores de desigualdad “La mentalidad es buscar hombres, por eso hay tan poquitas presentadoras. Y son más poquitas las mujeres que están haciendo reportería”, “En los pagos: al contratar primero a los hombres son los que más ganan” además que el tiempo para que la mujer labore en la fuente es mucho menor al de los hombres, pues en ellos la edad es más experiencia “La vida útil de la mujer en el deporte es más corta” Claudia Helena Hernández y Blanca Luz Uribe también creen que el pago comparado con el de los hombres es disparajeo “Diferencias laborales creo que sí sobre todo en el pago, a mí me pasó”, “Como empecé tan jovencita cuando estaba todavía en el colegio y la universidad me pagaban muy poquito, muy poquito, pero después que me consolidé (...) yo pienso que ahí sí recibí el salario justo para lo que hacía”.

Una opinión totalmente diferente tiene Juliana Sosa, quien ve diferencias a favor para el género femenino por su facilidad de llegar a los personajes y conseguir la información “Me parece que ser mujer tiene una ventaja, por decirlo de alguna manera, y es que nosotras tenemos más poder de convencimiento en ciertos casos” Mientras que Pilar Velásquez cree que el enfoque y estilo de las notas es la única diferencia “Las diferencias laborales se marcan sencillamente por la forma en que se ve la noticia”.

A pesar de los cambios que el medio ha tenido a través de los años y la apertura a favor de la mujer, todavía se identifican diferencias por el género a nivel laboral y en la percepción que hay sobre la capacidad femenina para hablar con propiedad del deporte. En el estado del arte se documenta que una de las dificultades para la mujer en el medio es justamente la credibilidad, además de lo que mencionan las periodistas: la distinción entre

géneros en el medio; sin embargo, también concuerda con el valor que se le ha dado al papel femenino en la fuente y sus aportes significativos a la misma.

5. *¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?*

En general la recepción del público hacia la labor que realizan las diferentes periodistas deportivas es positiva, el panorama que se recoge a través de las diferentes opiniones muestra que ha existido un proceso de aceptación posteriormente reconocimiento a la preparación demostrada en el trabajo de cada una. Esta situación ha permitido que el incremento de periodistas deportivas en los equipos de trabajo, la recepción ha sido buena y logra que las mujeres sigan posicionándose en esta profesión.

Diana Osorio es una de las periodistas que más ha sentido el apoyo en su experiencia en el país “A mí me han acogido demasiado bien, digamos que respecto al noticiero ha sido una experiencia súper enriquecedora” mientras que Vanessa Palacio extraña el contacto con la gente en su nuevo cargo, pero reconoce el aprecio que le manifiesta el público “Yo creo que la gente lo ha recibido bien, la gente es muy respetuosa, la gente es muy cariñosa, y sobre todo el público masculino que es el que más sigue a la mujer en el deporte”.

Juliana Sosa ha mantenido un contacto más cercano debido a su trabajo en el estadio, cuenta que la gente le demuestra aprecio y que gana credibilidad con lo que escribe en su medio, recibe felicitaciones pero también comentarios a través de redes que estereotipan a la mujer en la profesión “La recepción es muy buena, entienden que estamos ahí porque nos apasiona, porque nos gusta, no porque un día decidimos que no había nada más que hacer”.

Por su parte, Pilar Velásquez cree que todavía hay una parte del público que es escéptico y hay varios comentarios según la posición de las personas “Las opiniones son divididas y la percepción también porque es que creo que hay mujeres, y me incluyo, en el medio que nos falta muchísimo por aprender, muchísimo por aportar”.

Claudia Helena Hernández como parte de las pioneras cree que tiene una labor para que las personas entiendan la capacidad que tienen dentro de la profesión “Hemos abierto camino para que la gente entienda que nosotras sabemos de deportes, que podemos hablar de deportes, que podemos dar un concepto, que podemos dar una opinión” Mientras que Blanca Luz Uribe sintió comentarios despectivos en un comienzo y ello fue motivación para demostrar que la mujer sí es capaz “El público con curiosidad y una cuota de crueldad (...) Daba como cierta risa, cierta burla, y ahí es donde uno se tenía que fajar y demostrar que si hablo del fútbol es porque sé del tema”.

6. ¿Ha sentido discriminación en el ejercicio de su profesión?

Por una parte hay algunas periodistas que no se manifiesta ningún tipo de discriminación. Pilar Velásquez aclara que la discriminación es diferente a las distinciones que hay en la labor “No, discriminación no. He sentido la diferencia de saber que los hombres en muchas ocasiones sí nos llevan un poquito de ventaja”, mientras que María Elena Chavarro tiene confianza en sus conocimientos “No, yo lo la verdad no. Yo cuento con que la gente sabe quién soy, qué tipo de trabajo hago, que tipo de fuentes tengo, qué tipo de estudios he hecho y por el recorrido”.

Juliana Sosa no ha tenido que relacionarse con ninguna situación que involucre discriminación “Que yo haya visto de primera mano algún caso de discriminación por el hecho de ser mujer o que me haya tocado a mí

personalmente, nunca” y Diana Osorio opina de igual forma, aclarando que sí existe machismo pero ella no ha sido discriminada.

Claudia Helena Hernández revela que sólo una vez sintió discriminación debido a la competencia que representaba para un colega narrador y quien buscó su salida del trabajo tras entrar a un medio relevante en el país. Blanca Luz Uribe sí tuvo experiencias discriminatorias, especialmente por la época en la que se inició en la profesión “Claro, muchísima, como te digo eso a estas alturas ya es anecdótico” Cuenta que fue discriminada por un técnico del club en el que trabajó, pues no le permitía que viajara junto a los jugadores, sin embargo ellos la defendían para acompañarlos en el mismo bus.

Vanessa Palacio, quien hace parte de la generación intermedia de periodistas deportivas, cuenta que sí siente que hay discriminación por los estereotipos que existen de la mujer “Sí, discriminación todo el tiempo, por el mismo hecho de ser mujer, por el mismo hecho de registrar bien, de ser bonita, todas esas cosas hacen que te discriminen porque entonces no creen que vos llegaste a un lugar por tu conocimiento o por tu esfuerzo o por tus sacrificios, sino porque algo hiciste”.

Esta pregunta es importante debido a que se presentan diferentes matices entre generaciones, los cuales dan cuenta de la transformación que ha tenido el medio para que la mujer pueda desarrollar su rol dentro del periodismo deportivo, apuntando hacia la pregunta principal de trabajo y conociendo la perspectiva de diferentes experiencias a través de distintos momentos dentro de la profesión.

Se reconoce que Colombia ha aceptado de mejor forma la aceptación femenina en espacios que anteriormente eran masculinizados y que poco a poco han ido incluyendo mujeres, esto en concordancia con el paso del

tiempo y la evolución cultural que ha tenido el país en las últimas décadas, a la par que otras culturas como se documenta en el marco teórico.

7. *¿Cómo se siente respecto a su profesión y la trayectoria que ha recorrido?*

En las respuestas de las periodistas se nota la convicción de elegir esta profesión, Colombia se muestra como un país con condiciones para aceptar la inclusión femenina en distintos campos, y aunque no sea fácil, lo han logrado. Al contrario de desistir, las mujeres quieren seguir en la carrera y prepararse para cada día lograr credibilidad y crecimiento dentro del gremio, demostrando las mismas capacidades y profesionalidad que sus colegas masculinos.

Vanessa Palacio es de las mujeres que más se siente agradecida con esta carrera “No hay un día que yo me arrepienta de haberme inclinado por el periodismo deportivo, porque el periodismo deportivo me lo ha dado todo” al igual que ella, María Elena Chavarro manifiesta que es amante de los deportes y le pagan por hacer lo que ama “Creo que no me equivoqué en haber escogido este tipo de puesto. Si vuelvo a nacer vuelvo a ser periodista y vuelvo a ser periodista deportiva”.

Claudia Helena Hernández cree que se siente satisfecha con los reconocimientos que le han hecho deportistas y directores al demostrar el aprecio por su trabajo a través de los años. Blanca Luz Uribe manifiesta que sólo puede decir que las periodistas deportivas que se mantienen son las que cumplen con los requisitos para ser buenas profesionales.

Pilar Velásquez por su parte hace una reflexión acerca de su crecimiento en el periodismo deportivo “Creo que me falta, creo que todavía estoy muy cruda en este medio. Creo que tengo que mejorar muchísimo en conceptos,

tengo que mejorar muchísimo en opinión, creo que tengo que mejorar muchísimo en historia, pero siento que lo que he logrado también logrado con buen trabajo”.

Igualmente, Juliana Sosa mantiene su posición agradecida pero a la expectativa “Me parece que apenas estoy empezando, me falta mucho por aprender, mucho por recorrer (...) pero me parece que todavía queda como un camino largo”. Diana Osorio también hace parte de este grupo de periodistas que buscan consolidarse y mejorar con el tiempo “Siento que he recorrido mucho, pero como si me faltaran 7 veces más que lo que he hecho, tengo una experiencia que tiene mucho valor, porque viví en el exterior, porque estuve en el corazón de los medios europeos”.

8. *¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?*

En este punto se conoce cómo incide la cultura en el desarrollo profesional de la mujer, los comentarios e ideas que se han construido socialmente pero que dentro del medio se pueden confirmar o desmitificar. Estos dichos o frases acerca de las periodistas deportivas dan muestra de la sociedad y si han existido cambios respecto a las observaciones de antes con las de hoy.

De acuerdo con las siguientes repuestas no se nota un cambio profundo acerca de las opiniones que existen, a pesar de ser incorrectas en la mayoría de casos; la única diferencia es que se escuchan cada vez menos estereotipos y existen más comentarios positivos hacia la labor que estas mujeres realizan.

Pilar Velásquez habla sobre uno de los dichos o imaginarios más populares sobre las periodistas deportivas acerca del físico y la belleza “Parece

incorrecto en muchos casos es que las mujeres que llegamos a este medio llegamos por cuerpo, por cara bonita, por qué no decirlo por sexo aunque suene un poquito fuerte, y por relaciones que van más allá de fuente periodista” además agrega lo que cree que es correcto “Creo que hay que valorar el imaginario correcto y es que las mujeres ahora, como lo decía anteriormente, se están informando, están a la vanguardia, les gusta el deporte, lo entienden, lo viven”.

María Elena Chavarro también considera que lo necesario no es el físico o el exterior, sino los conocimientos “Que necesitan ser bonitas, que necesitan ser altas. No, las mujeres que se han metido en esto es porque les gusta los deportes y deben saber de deportes” Por su parte Blanca Luz Uribe dice que hay algunas periodistas que sí contribuyen al cuestionamiento de la mujer en la fuente “He visto periodistas deportivas que se pavonean por la tribuna de un estadio”.

Juliana Sosa cuenta que las personas piensan que el interés es entrar en el medio y conseguir pareja “Yo pienso que al principio existe el imaginario que es que uno está buscando marido” Sin embargo manifiesta que no le han tocado casos de primera mano.

Otro de los reconocidos mitos es el que menciona Claudia Helena Hernández “El primer tabú siempre fue el hecho que dijeran ¿Cómo va una mujer a hablar de fútbol si no ha jugado? Esa es la famosa disculpa” Este supuesto también es mencionado por Vanessa Palacio “Que las mujeres no servimos para el periodismo deportivo, y sí servimos y somos muy buenas. Que por no jugar fútbol no podemos hablar de fútbol, mentiras, sí podemos hablar de fútbol y tener una perspectiva diferente” y además en su casa tenían una particular percepción sobre la carrera “El mito era que el periodismo no da plata”.

Finalmente Diana Osorio manifiesta que no ha estado relacionada con estereotipos “Sé que existen pero en mi experiencia personal no lo he vivido”.

9. *¿Qué tipo de lenguaje usan sus colegas y el público general para comunicarse con y hacia usted?*

Se puede observar que el escepticismo hacia el profesionalismo y capacidades deportivas de la mujer aún perduran, sin embargo se destaca las continuas muestras de respeto por las periodistas en el medio, lo que indica que pocas veces existen insultos o comentarios desobligantes.

Vanessa Palacio menciona que ha escuchado o recibido algunas ofensas, en especial cuando inició en el mundo deportivo, 15 años atrás “A mí me han dicho burra, que me vaya para la cocina, que para ser mujer sé mucho, (...) son expresiones del machismo” Además ha notado que las mujeres ahora son parte de quienes comentan hacia las periodistas deportivas. Blanca Luz Uribe también recuerda algunas expresiones “En los inicios “la vieja esa sí sabrá”” el cuestionamiento hacia las mujeres por hacer las mismas cosas que un hombre en su momento era razón de burlas. Sin embargo cree que ya es una etapa superada.

Pilar Velásquez comenta que se siente a la par de sus colegas “Un lenguaje normal de tú a tú (...) creo que no hay alguna discriminación en el caso o no se están como cohibiendo de hablarnos de cierta manera porque somos mujeres” y María Elena Chavarro también se siente cómoda con la forma de comunicación que tiene con sus colegas “Conmigo son todos muy respetuosos, muy directos. Yo también me dirijo a ellos igualito, con los hombres tenemos confianza, hablamos de deportes”.

Para Diana Osorio el lenguaje y mensajes han sido buenos y su carrera se ha fortalecido a través de las palabras que le transmiten “Completamente positivo, empoderado. He recibido comentarios muy bonitos y también comentarios que con mucho respeto me ayudan a ser mejor cada día. También he recibido sugerencias que han sido muy importantes”.

Claudia Helena Hernández ha conocido varias opiniones y comentarios sobre lo que escribe “Hay gente que le gusta, hay gente que no le gusta (...) cuando yo hago grabaciones y hablo a veces del equipo duro si el partido no me gustó o jugaron mal lo digo en la nota y por ejemplo me han escrito a veces que tiene más pantalones que algunos hombres comentando, sostiene lo que dice, no cambia de opinión porque sí”.

10. Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?

Las mujeres hacen evidente el cambio que se ha dado en el periodismo deportivo y que favorece la inclusión femenina en éste, poco a poco sienten que se logrará una igualdad en el gremio y que la relevancia para las mujeres tiene que darse a partir de la preparación y las cualidades positivas que diferencian el trabajo del hombre del de la mujer.

Vanessa Palacio considera que el campo “Ya se está transformando” cree que la muestra del avance de las mujeres en el periodismo deportivo se denota en los altos cargos que se le han brindado a periodistas que dirigen deportes en uno de los canales privados del país “Siento que cada vez hay menos brecha”. Mientras que Claudia Helena Hernández habla desde la percepción de varios años en el medio y ver cómo ha transcurrido el proceso de inclusión “Se ha abierto mucho el camino (...) hay muchas que han ido llegando, se han abierto su propio camino, pero a raíz de que ya

hemos nosotros abierto (el campo)” manifiesta que vienen muchas niñas interesadas en el gremio que deben formarse.

Blanca Luz Uribe siendo una de las primeras periodistas deportivas cree que ya hay un gran espacio ganado para la participación de la mujer “Yo pienso que las mujeres ya tienen una cabida, ya hacen parte de equipos ganadores y que ya se les mira con todo respeto y con toda credibilidad”.

Desde otra mirada, Pilar Velásquez considera que todo comenzó con una generación pionera “Hay que empezar a hablar de mujeres que abrieron el camino” y posteriormente hay un reto para las que siguen el camino “Creo que el reto de esta nueva generación es eso, conseguir o lograr un respeto hacia el género y también la credibilidad, que eso es lo más difícil de conseguir en el periodismo”. Igualmente Juliana Sosa cree en la formación educativa para llegar a ejercer la profesión “Yo creo que la puerta de entrada de una mujer es el conocimiento, es prepararse”.

María Elena Chavarro habla sobre una pausa en el medio “Tuvo un tiempo que avanzó y ya está como normal” y hay algunas razones como la cancelación de la licencia “Yo creo que está estancado pero la culpa no es de las mujeres sino del mismo medio”. Por su parte Diana Osorio cree que las mujeres tienen mucho para aportar desde otro punto de vista y deben ser más escuchadas “No se le da en algunos casos el valor que se le debería dar, pienso que se le debería dar la oportunidad de aportar más aunque ya estamos en el proceso”.

Entrevista masculina

1. *¿Con cuáles mujeres ha compartido el ejercicio del periodismo deportivo?*

Juan Camilo Álvarez comenta sobre las diferentes mujeres que ha conocido ejerciendo el rol de periodista deportiva “He tenido la fortuna de estar con colegas mujeres como Jeymi Sierra (periodista de AS Colombia), Juliana Sosa, Catalina Hoyos, Pilar Velásquez (...) tuve compañeras entre productoras, compañeras de radio, redactoras” mientras que Andrés Pote Ríos recuerda una en especial y habla sobre el buen trabajo que desempeñó “Lina María Pozo, trabajó conmigo en Futbolred, una niña bastante talentosa ella iba a cubrir Santa Fe”.

2. *¿Cómo es el trato en los medios hacia la periodista deportiva según su experiencia?*

Los hombres manifiestan que los medios se han abierto para las mujeres y que hay oportunidades, sin embargo muchas veces el trato y las designaciones laborales no son justas o equitativas, por lo que hace falta mejorar en ese aspecto la inclusión. Son conscientes que existe una preferencia hacia lo masculino y que por ello existe una desventaja hacia las periodistas deportivas, quienes mencionan que hacen un trabajo igual que el de ellos.

Juan Camilo Álvarez piensa que ya han cambiado las condiciones para las mujeres a pesar del poco espacio que se les brinda para poder demostrar sus conocimientos “Cada vez se va ampliando el espectro, ya no veo como un ambiente tan machista como digamos lo era antes”, “No me gusta a veces el trato de algunos medios que no le dan su lugar a la mujer, más bien la ponen como la niña bonita que da los deportes, que tira un comentario o dos. Me parece que las mujeres también tienen un criterio”.

Por su parte, Andrés Pote Ríos considera que todavía hay una exclusión o trato inadecuado hacia las periodistas del gremio “Es de tercera o cuarta categoría a veces, para mal. Se le respeta porque es mujer pero no se le valora por su conocimiento. Siempre se cree que no saben, que no son metódicas, que no estudian el deporte para el cual cubren una fuente, se les trata y se les menosprecia”.

3. ¿Qué experiencias notorias recuerda de la participación de mujeres en el periodismo deportivo colombiano?

Se puede observar que son pocas las opiniones que tienen acerca de la labor femenina, lo que da un indicio de la importancia que se le ha dado históricamente a lo que logran las mujeres, pocas son las ocasiones que se les recuerda por su labor en el país.

Juan Camilo Álvarez apunta a la creciente participación en medios nacionales “Por ejemplo los dos canales privados tienen mujeres en sus coberturas”. Por su parte Andrés Pote Ríos resalta la labor de una de las pioneras por su desempeño cuando los tiempos eran diferentes y más difíciles “María Elena Chavarro que fue la pionera a nivel de periodismo deportivo en Colombia cubriendo fútbol, cubría camerinos en la época que no habían ruedas de prensa, no había una zona mixta”.

4. ¿Cuáles diferencias laborales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?

Los periodistas deportivos conocen el medio y saben cuáles son las diferencias que tienen con las mujeres, hacen visible el machismo y brechas salariales como algunos de los obstáculos que han tenido que afrontar las mujeres para hacer ejercicio de su profesión. En algunos medios es más notorio que en otros, según sus experiencias.

Juan Camilo Álvarez se refiere puntualmente a la radio como un canal que se ha quedado en lo tradicional y comercial, por ello la mujer no ha tenido mucha cabida allí “La radio todavía es muy machista, todavía es muy de hombres” opina que la mujer tiene más oportunidades en medios escritos; mientras que Andrés Pote Ríos cree que hay desigualdad en las actividades que hacen parte de la profesión y en el pago que fue anteriormente también fue mencionado por las mujeres “La diferencia creo que radica en ponerlas a hacer los trabajos más de reportería y de presentación, y creo que los sueldos no son los mismos para una periodista deportiva que para un hombre”.

5. *¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?*

La opinión de los hombres frente a la percepción del público es semejante a la que dieron las mujeres, hay un concepto positivo sobre la mujer ejerciendo el rol de periodista deportiva y hay aceptación, pero esto no excluye que siga faltando la misma confianza que se les tiene a los hombres.

Para Juan Camilo Álvarez la idea que se tiene sobre hombres y mujeres sólo se diferencia en la radio “Ya es todos por igual. A excepción de la radio pienso que los medios cada vez tienen una percepción indistinta del género” mientras que Andrés Pote Ríos considera que el público todavía tiene dudas acerca de lo que hacen las mujeres en el deporte “La ve como una mujer que se está abriendo campo en un campo de hombres (...) la ve como una mujer que es metelona, es verraca y se mete ahí en un espacio entre hombres pero no le dan credibilidad”.

6. *¿Ha notado discriminación hacia las mujeres en el ejercicio de la profesión?*

Aunque parte de las mujeres sintieron discriminación y otras aseguraron no haber tenido experiencias relacionadas, los hombres sí perciben que existe la discriminación hacia las periodistas deportivas con acciones muy puntuales, las cuales ya han sido mencionadas.

El periodista Juan Camilo Álvarez insiste con la exclusión notable de las mujeres en la radio por su poca o nula participación “Lo de la radio sí me parece que no hay una voz femenina. No sé si es que no hay muchas mujeres que se animen o que quieran incursionar en el tema”. Para Andrés Pote Ríos las acciones que son discriminativas se relacionan a la desigualdad que hay con los hombres en sus actividades laborales y no darle la misma relevancia al trabajo que realizan “Sí, yo creo que hay discriminación (...) creo que en la parte de sueldo, en la parte de mandarla a cubrir ciertas fuentes, en la parte de darle trabajos “suaves” o al que nada se apunta”.

7. *¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?*

Para los periodistas deportivos también se hace notorio que la imagen que se tiene sobre las mujeres en el medio es acerca de su físico y no su intelecto, además de otros pensamientos socioculturales ligados a la relación de lo femenino y la debilidad.

Juan Camilo Álvarez conoce de primera mano los casos en los que sus compañeras se han destacado por su trabajo y no sólo por la apariencia física “La típica niña bonita que es hermosa pero que no sabe nada ni de fútbol, ni de deportes y la pusieron ahí por ser una cara bonita, eso es una percepción errónea ¿Por qué? Porque hay mujeres que se preparan, hay mujeres que estudian” y para Andrés Pote Ríos también es uno de los

estereotipos comunes “Que la periodista deportiva tienen que ser bonita es un imaginario erróneo”. Además cree que es incorrecto pensar que la periodista deportiva es débil, ya que algunos colocan en la mujer periodista respecto a la labor, por lo que se piensa que no aguanta jornadas de trabajo extensas.

8. *¿Qué tipo de lenguaje ha usado, usan sus colegas y ha notado que el público general usa para comunicarse con las periodistas deportivas?*

En contraste con las mujeres, los hombres han tenido más relación con palabras que determinan a la periodista deportiva, ellos han aportado varias de las formas en las que se les dirige la palabra a las mujeres.

Por una parte, Juan Camilo Álvarez habla sobre dos públicos existentes “Hay cierto público que es respetuoso, hay otros que la verdad son poco respetuosos, Por ejemplo el de Televisión he visto que obviamente se dejan llevar por la cara bonita (...) y a veces como que no le respetan mucho la opinión o el concepto que tengan” lo cual termina por deslegitimar el trabajo que hacen las periodistas.

Mientras que, desde su punto de vista, Andrés Pote Ríos menciona que hay cierta coquetería en el lenguaje sea explícito o no y que a veces puede llegar a ser acoso “Se le dice niña, se le dice pelada... por debajearlas con ciertos epítetos de minimizar su presencia”.

9. *Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?*

En esta ocasión ambos creen que la mujer cada vez tiene más entrada en el periodismo deportivo colombiano. No sólo es una realidad, sino que consideran necesario este proceso y creen que las mujeres aportan al campo para hacerlo cada vez más completo.

Juan Camilo Álvarez considera que el trabajo que se está haciendo ahora será la carta de presentación para las siguientes generaciones “Yo lo percibo que va en ascenso, va creciendo, cada vez tiene más participación” Piensa que el profesionalismo abre las puertas hacia más mujeres. Por su parte, Andrés Pote Ríos hace un llamado y califica de forma positiva la inclusión y el trabajo femenino en el medio “Según mi experiencia, la fuente de periodismo deportivo crece con la mujer muchísimo porque la mujer tienen una capacidad de no darse por vencida frente a la fuente” piensa que la profesión se ha enriquecido con la visión de las mujeres.

Conclusiones

1. La experiencia del periodismo deportivo en Colombia ha tenido cambios a través de los años y se puede hablar de una transformación en el ejercicio de la profesión, la incursión femenina en el campo se ha expandido y las mujeres en la fuente ya no son una minoría, su presencia es relevante y aceptada en los medios.
2. A diferencia de otros países, la mujer periodista deportiva en Colombia ha alcanzado roles distintos a la reportería y presentación, en la actualidad hay algunas de ellas dirigiendo secciones deportivas o noticieros de canales regionales, demostrando la capacidad femenina para desarrollarse profesionalmente en un cargo administrativo y relacionado con el deporte.
3. Aunque ha sido un proceso de aceptación paulatino, la mujer en Colombia no ha tenido la misma dificultad que en otros países como se documentó en el estado del arte. A pesar de los comentarios y escepticismo que tuvo la entrada de la mujer en el campo, la mayoría de ellas manifiesta el respeto y reconocimiento de su labor, por lo que se denota cada vez más la normalización de la participación femenina en el gremio.
4. Una vez que se ha dado la apertura del campo, no se considera que el reto para las nuevas generaciones de mujeres en Colombia sea entrar en el periodismo deportivo, sino mantenerse y ganar credibilidad tanto en el medio como con el público, pues aunque el espacio haya sido creado no se tiene la misma solidez sobre la imagen de la mujer que opina de deportes como la tienen sus colegas masculinos. A las mujeres les ha costado un esfuerzo mayor que a los varones.
5. Los colegas masculinos manifiestan que el aporte de la mujer en el campo es valioso, los casos de competitividad son muy pocos, por el contrario, se registra fraternidad y disposición de ayuda para aquellas periodistas que lo

hayan requerido, de forma que las relaciones en el gremio han mostrado la aceptación de género especialmente con los hombres que son contemporáneos. Sin embargo, los hombres consideran que sí existe discriminación hacia las mujeres en cuestión de igualdad de condiciones laborales (como las actividades designadas y el salario) en el gremio.

6. En Colombia hay tres grupos de periodistas deportivas: Generación pionera, generación intermedia y nuevas generaciones. En el primer grupo se encuentran mujeres que ya tienen más de dos décadas en el periodismo deportivo y fueron quienes abrieron las puertas en el medio, el siguiente grupo está conformado por mujeres que hoy son referentes y que han sido reconocidas por mantener un legado y tener una carrera activa en la industria; por último la nueva generación son mujeres que hasta ahora incursionan en el ejercicio de la profesión y que se han formado para ello. Entre las entrevistadas se logra reconocer un cambio desde la primera hasta la última generación, sus testimonios dan cuenta del progreso de la inclusión femenina a través del tiempo tanto en el campo profesional como en la sociedad.
7. El público colombiano poco a poco ha cambiado la percepción sobre las periodistas deportivas. Mientras en sus comienzos existían dudas y burlas acerca del profesionalismo de la mujer en esta labor, hoy muchos espectadores se manifiestan de forma respetuosa y halagadora acerca de las actividades que desempeñan en el medio, a medida que la sociedad avanza, las opiniones y comentarios han mejorado para la mujer, como lo manifiestan las mismas periodistas al tener contacto presencial o por redes sociales con su audiencia.
8. Las periodistas deportivas se han preocupado por proyectar una imagen acertada acerca de la realidad que viven día a día, por ello se preparan de la mejor forma y procuran conocer sobre los temas deportivos que hablan; el propósito es generar confianza en la información que transmiten y la labor

que realizan, además reconocen que no se seguirán generando comentarios negativos acerca de la mujer en el medio si el trabajo que realizan es profesional y prolijo, pues se evidencia en “*Mujeres al Camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo*”, la capacidad profesional de las mujeres es puesta en duda al igual que los conocimientos que poseen.

9. Aunque en Colombia se evidencia una experiencia favorable para las mujeres en el periodismo deportivo, han tenido que afrontar estereotipos debido a su género. Comentarios acerca de la falta de preparación intelectual para ocupar el cargo laboral, la belleza como un método facilitador para trabajar en el medio, la búsqueda de pareja sentimental por medio del ejercicio de la profesión, como lo menciona Ruth Covarrubias al afirmar que varios de estos estereotipos son la razón para darle la prioridad a los hombres en materia de contratación. Las periodistas han tenido que afrontar y demostrar que los imaginarios no son ciertos a través de su trabajo.
10. Se ha encontrado que varias periodistas consideran que ser mujer es una desventaja al hacer parte del periodismo deportivo, según ellas, el hecho de pertenecer al género femenino impide un desarrollo profesional equivalente al de un hombre a pesar de contar con las mismas capacidades y conocimientos. En algunos casos se ha evidenciado que la carrera de una mujer con años de experiencia y recorrido no tiene la misma recordación e importancia en el medio que la de un hombre, sin importar que este no haya tenido tantos logros como la periodista femenina; lo que refuerza la desigualdad de género que ha existido a pesar de la visualización de la mujer según Uca Silva.
11. Existe la autocensura de las mujeres en el periodismo deportivo debido a la discriminación que pueden afrontar, sin embargo, en el país no se logra registrar un aproximado de estas situaciones debido a que no se conoce estadísticamente la deserción femenina de la fuente por estos motivos;

hasta el momento se logran conocer sólo las historias de vida de las mujeres que han logrado con éxito ejercer la profesión.

12. En Colombia se ha generado una mayor apertura hacia las periodistas deportivas a medida que los deportes fueron expandiéndose a la rama femenina. La aparición del fútbol femenino en el país es una muestra de ello, pues las mujeres han comenzado a ganar espacio y credibilidad en diferentes disciplinas, lo que fomenta un mayor cubrimiento de los deportes y la inclusión de periodistas femeninas en el gremio.
13. Parte de los comentarios negativos y el rechazo hacia la apertura del campo hacia el género femenino provienen de las mismas mujeres. Se ha manifestado tanto en el estado del arte como en las entrevistas la existencia de una "auto discriminación", esto debido a que algunas mujeres no consideran necesario un cambio en los roles establecidos hegemonícamente y no aceptan las nuevas facetas profesionales que no corresponden exclusivamente a una vida dedicada al hogar.
14. En la era digital se ha facilitado la apertura del periodismo deportivo a la mujer, los diferentes formatos que existen gracias a la incorporación tecnológica han facilitado espacios para que las mujeres hablen de deporte. Además, los medios online que abren las puertas a las periodistas que quieran ejercer la profesión y lograr mayor difusión e impacto en un público que cada vez crece más y se adapta a estos medios.
15. Esta fuente todavía está sujeta a cambios y probablemente sea objeto de investigación en los próximos años, el cambio constante de los medios de comunicación y la sociedad harán que se replantee varias de las opiniones que se recopilaron para este proyecto; habrá nuevas periodistas que seguramente tendrán una experiencia diferente a las que se han conocido hasta el momento.

Bibliografía

- Abril, N. (2004) Género, sexo, medios de comunicación. Estrategias, realidades, utopías. Recuperado de http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/pub_jornadas/es_emakunde/adjuntos/externa.02.genero.sexo.medios.comunicacion.cas.pdf
- Acord Bogotá (2011) Carlos Arturo Rueda Calderón (Q.E.P.D). Recuperado de <http://www.acordbogota.com/component/content/article/135-carlos-arturo-rueda-calderon.html?Itemid=191>
- Alvarado, I. del C. y García, Á. R. (2012) Perfil de la periodista deportiva de El Diario De Hoy, Diario El Mundo, El Gráfico, Radio Nacional, de los programas deportivos televisivos DC4, Pizarrón Deportivo, Jornada Deportiva, Fanáticos; y del Instituto Nacional de los Deportes (INDES). Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/2633/>
- Belmonte, J. y Guillamón, S. (2008) Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/158/15803115/>
- Bonan, C. y Guzmán, V. (2007) Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad y participación, identidad y poder. Recuperado de <http://www.cem.cl/pdf/aportes.pdf>
- Brunner, J.J. (1990) Tradicionalismo y modernidad en la cultura latinoamericana. Recuperado de <http://flacsochile.org/biblioteca/pub/memoria/1990/000359.pdf>
- Buñuel, A. (1994) La construcción social del cuerpo de la mujer en el deporte. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/768117.pdf>
- Calvo, E. y Gutiérrez, B. (2016) La mujer deportista y periodista en los informativos deportivos de televisión. Un análisis comparativo con respecto a su homólogo masculino. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1143/63es.html>
- Campillo, F. (1994). Género, Comunicación y Desarrollo. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui N° 49, pp. 65-66.
- Cardona, M. de los Á. (2011) Situación de la práctica profesional de las mujeres periodistas deportivas en el Ecuador: ventajas y desventajas, desde el enfoque de género y la comunicación. Recuperado de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8262/TESIS%20FINA%20L.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Castellanos, L. C. y Orejuela, J. E. (2014) Ondas de Igualdad Mujer, Radio y Deporte. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20027/OrjuelaRodriguezJoseEduardo2014.pdf?sequence=1>
- Castilla, A. y Linares, E. (2015) El papel de la mujer periodista en el ámbito deportivo. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/26609>
- Castoriadis, C. (1997) El imaginario social constituyente. *Zona Erógena*, N° 35. Recuperado de <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/267/Castoriadis%20Cornelius%20-%20El%20Imaginario%20Social%20Instituyente.pdf>
- Clavijo, M. A. y Tufiño, F. E. (2016) Inserción de las mujeres en el periodismo deportivo ecuatoriano. Recuperado de <http://revista.uergs.edu.br/index.php/revuergs/article/view/388/60>
- Cortés, J. J. (s.f.) Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo. Recuperado de <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/gasteiz/doku/JuanjoCortes.pdf>
- 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. Recuperado de <http://nszjmka.razonypalabra.org.mx/EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20DE%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Cruz Muñoz, A. (1997) Mujer y medios de comunicación en Centroamérica. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5076036.pdf>
- De Moragas, M. (1994) Deporte y medios de comunicación. Sinergias crecientes. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_464/a_6270/6270.pdf
- Delgado, E. (2014) Una mujer en el camerino: 30 años de periodismo deportivo. *Deportes Terra*. Recuperado de <https://deportes.terra.com.co/una-mujer-en-el-camerino-30-anos-de-periodismo-deportivo,3a213a30b08a8410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>

- Donati, P. (1995) "Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional". Comunicación y sociedad, Vol. VIII, N°1, p. 61-75. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8479/1/20091107151826.pdf>
- Fernández, M. (2015) Rol de la mujer en el periodismo deportivo. Canal CDM. Recuperado de http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/43/FERN%C3%81NDEZ_OCHOA_MANUEL_ROL_MUJER_PERIODISMO_DEPORTIVO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fumero, S. J. (2016) Periodismo deportivo. El papel secundario de la mujer periodista. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3578/%C2%BFPERIODISMO%20DEPORTIVO.%20EL%20PAPEL%20SECUNDARIO%20DE%20LA%20MUJER%20PERIODISTA%C2%BF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, G. (2011) ÉPOCA DORADA DE TODELAR EN BOGOTÁ Y SU TRABUCO CAMPEÓN. *El Colombiano*. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/blogs/capsulas/historia-de-la-radio-deportiva-en-colombia-i/6032>
- 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. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5011/1/T-UCE-0009-366.pdf>
- García Canclini, N. (2002) Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos. Recuperado de http://www.gestioncultural.org/libros.php?id_documento=703
- García Suárez, C. y Muñoz, D. (2009). Devenir de una perspectiva relacional de género (y cultura) Revista Nómadas N° 30, pp. 132-147.
- González, M. y Sora, P. (2013) Periodismo deportivo con Sello Femenino: Cuatro décadas de historia Micros radiofónicos. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS5709.pdf>
- González Pino, D. y Martín, S. P. (2016) Información, estereotipos y gradas: Estudio de recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3492/3027>

- Hernández, F., Herraiz, F., Sancho, J. y Vidiella, J. (2010) Masculinidad hegemónica, deporte y actividad física. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1153/115316963006.pdf>
- López, P. (2011) Deporte y mujeres en los medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones. Recuperado de <http://www.pilarlopezdiez.eu/documents/CSD.LibroDeporteymujeres.pdf>
- Martín-Barbero, J. (1993) La comunicación en las transformaciones del campo cultural. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/747/74745548005.pdf>
- Martín-Barbero, J. (2001) Al sur de la modernidad: Comunicación, globalización y multiculturalidad. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/6316651/Al-sur-de-la-modernidad-Introduccion#scribd>
- Martín-Barbero, J. (2012) De la Comunicación a la Cultura. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/0501.pdf>
- Martínez, M.J., Mateos, C. y Rodríguez, C. (2009) Identidad y estereotipos de la mujer en el deporte. Una Aproximación a la evolución histórica. Recuperado de <http://reined.webs.uvigo.es/ojs/index.php/reined/article/viewFile/16/7>
- Mattelart, M. (2005) Mujeres e industrias culturales: Memorias de un pensamiento crítico. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/33641>
- Pedraza, C. I. (2012) Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. Recuperado de <http://132.248.9.34/hevila/Derechoacomunicar/2012/no4/4.pdf>
- Pérez Calero, N. (2016) El tratamiento actual de la información desde una perspectiva de género de los informativos de Canal Sur TV. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36584/TESIS%20DOCTORAL%20M.%20NIEVES%20PEREZ%20CALERO.pdf?sequence=1>
- Pinzón, J. F. y Tamayo, C. (2010) *Evolución de la entrevista y el reportaje en el periodismo deportivo de prensa en Colombia durante los últimos diez años* (Pregrado). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5431>
- Redacción El Tiempo (2017) Menores de 10 años, víctimas de 72 % de casos de violencia sexual. *El Tiempo*. Recuperado de

<http://www.eltiempo.com/justicia/delitos/cifras-de-violencia-contra-las-mujeres-en-colombia-65596>

Restrepo, C. y Rodríguez, S. L. (2015) Mujeres al Camerino: rol de la mujer en el periodismo deportivo. Recuperado de

<http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/handle/10785/3350>

Silva, U. (2000) Nuevos escenarios, nuevas propuestas. Reflexiones de intervención desde el género. Recuperado de

<http://www.bdigital.unal.edu.co/43653/1/Generoycomunicacion.pdf>

Ulloa, C. (2007) Comunicación, cultura y desarrollo. Recuperado de

<http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53702.pdf>

Anexos

Entrevista elaborada en formato PDF para las periodistas deportivas participantes.



ENTREVISTA SOBRE “EL ROL FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO”

Las siguientes preguntas hacen parte de la metodología formulada para la investigación llamada “El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano” que se desarrolla en el marco de la opción de grado en Comunicación Social y Periodismo de la estudiante Jenny Yizeth Prieto Ramos en la Universidad Minuto de Dios.

PREGUNTAS

1. ¿Qué la impulsó a ser periodista deportiva?
2. ¿Cómo es el trato hacia la mujer periodista por parte de sus compañeros?
3. ¿Qué experiencias la han marcado en su ejercicio periodístico?
4. ¿Cuáles diferencias laborales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?
5. ¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?
6. ¿Ha sentido discriminación en el ejercicio de su profesión?
7. ¿Cómo se siente respecto a su profesión y la trayectoria que ha recorrido?
8. ¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?
9. ¿Qué tipo de lenguaje usan sus colegas y el público general para comunicarse con y hacia usted?
10. Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?

Entrevista elaborada en formato PDF para los periodistas deportivos participantes.





ENTREVISTA SOBRE “EL ROL FEMENINO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO COLOMBIANO”

Las siguientes preguntas hacen parte de la metodología formulada para la investigación llamada “El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano” que se desarrolla en el marco de la opción de grado en Comunicación Social y Periodismo de la estudiante Jenny Yizeth Prieto Ramos en la Universidad Minuto de Dios.

PREGUNTAS

- 1.** ¿Con cuáles mujeres ha compartido el ejercicio del periodismo deportivo?
- 2.** ¿Cómo es el trato en los medios hacia la periodista deportiva según su experiencia?
- 3.** ¿Qué experiencias notorias recuerda de la participación de mujeres en el periodismo deportivo colombiano?
- 4.** ¿Cuáles diferencias laborales encuentra entre hombres y mujeres en el medio?
- 5.** ¿Cuál cree usted que es la percepción que tiene el público colombiano sobre una mujer en el periodismo deportivo?
- 6.** ¿Ha notado discriminación hacia las mujeres en el ejercicio de la profesión?
- 7.** ¿Cuáles imaginarios sobre la mujer en el medio considera que son correctos y cuáles erróneos?
- 8.** ¿Qué tipo de lenguaje ha usado, usan sus colegas y ha notado que el público general usa para comunicarse con las periodistas deportivas?
- 9.** Según su experiencia, ¿cómo percibe el rol de la mujer en el periodismo deportivo colombiano?

Consentimiento informado elaborado en formato PDF para los participantes de la entrevista. Aunque se hizo la propuesta de este documento, los entrevistados presenciales manifestaron que no era necesario su uso, mientras que no se pudo realizar la autorización escrita para quienes hicieron la entrevista por vía telefónica.



DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Este formulario de Consentimiento Informado es dirigido hacia las periodistas deportivas invitadas a participar en la investigación "El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano".

PARTE I: Información

Introducción

Mi nombre es Jenny Yizeth Prieto Ramos, estudiante de último semestre en el pregrado de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Minuto de Dios. Como opción de grado estoy realizando una investigación relacionada al rol femenino en el periodismo deportivo colombiano, para la cual usted ha sido invitada a participar con el conocer acerca de su experiencia en el medio. Está en libertad de decidir qué preguntas responder o cómo responderlas, en caso de no entender las preguntas por favor comunicarme para hacer claridad al respecto.

Su participación es importante para el proyecto porque brinda información que permite conocer y analizar las experiencias de las periodistas deportivas en el país, ampliando los conocimientos acerca de esta realidad que hasta ahora tiene poca documentación académica (para lo cual se realiza esta investigación).

Propósito

La investigación tiene como propósito conocer cómo se ha desarrollado el rol femenino en el periodismo deportivo de Colombia a través de los años, desde la aparición de las mujeres en este campo hasta la actualidad, la incidencia mediática que han tenido al ejercer un papel que se ha ido construyendo desde lo cultural, social, laboral y que se ha ido afianzando en los medios. El objetivo de la entrevista es afianzar el conocimiento sobre el rol de las mujeres periodistas en un espacio deportivo y descubrir en historias personales la experiencia de profesionales que pueden denotar si han existido cambios en el papel que juegan laboralmente. Esta entrevista consta de 10 preguntas y no tiene un tiempo específico de cumplimiento.

PARTE II: Formulario de Consentimiento

Tras haber sido informada en este documento sobre el propósito de la entrevista a la que he sido invitada, yo (nombre de la entrevistada) declaro que he decidido participar en la investigación "El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano" de manera voluntaria en calidad de entrevistada. Consiento voluntariamente que la información brindada sea utilizada con fines académicos en este proyecto y entiendo que tengo derecho a no responder lo que considere que atenta contra mi integridad, así como de realizar las preguntas necesarias para entender el cuestionario y responder de la mejor manera posible.

Nombre de la Participante: _____
Documento de la Participante: C.C. _____
Firma de la Participante: _____
Fecha: _____

Sus datos son confidenciales y no tendrán uso público, su registro quedará de forma privada en el documento final de la investigación. El fin de esta información es validar la identificación de la entrevistada.

Fotografías realizadas en la entrevista a Vanessa Palacio, locaciones de Telemedellín, 18 de mayo del 2017.

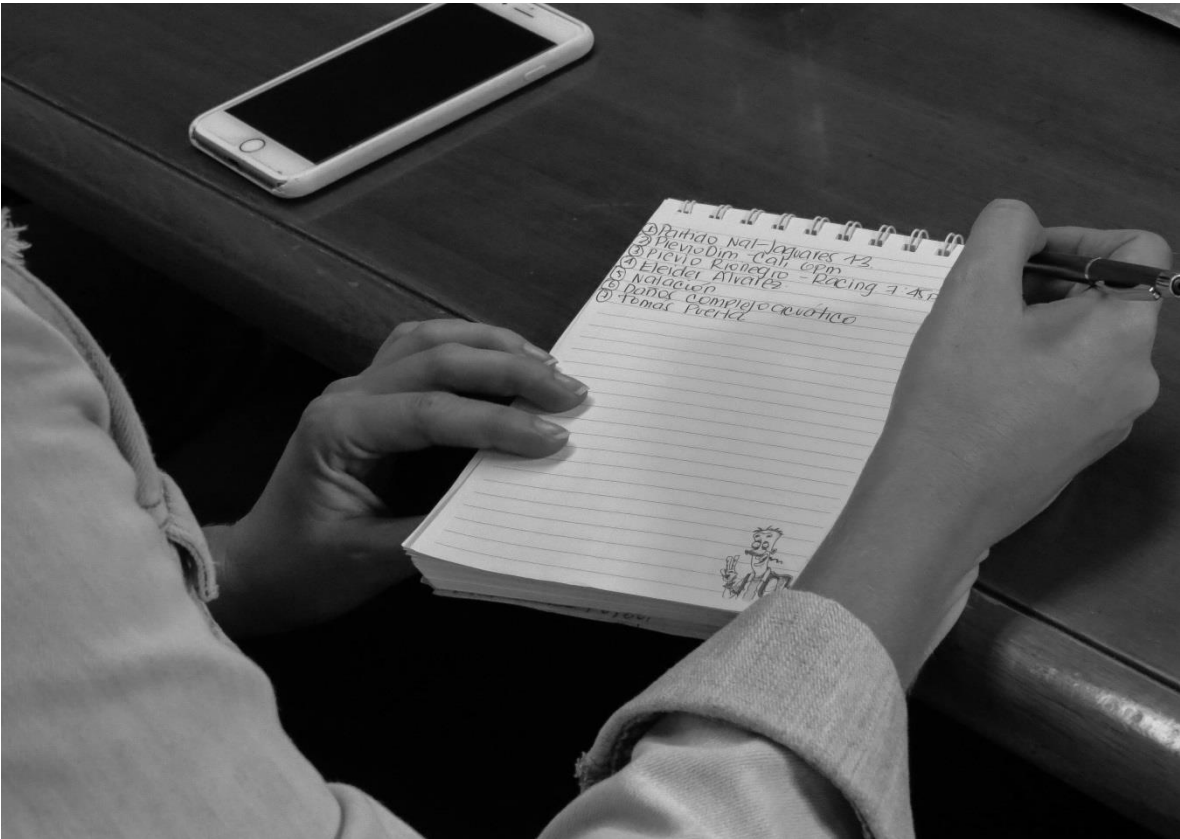


Serie fotográfica realizada a Diana Osorio anterior a la entrevista, locaciones de Hora 13 Noticias en consejo de redacción, 01 de junio del 2017.









Serie fotográfica realizada a Diana Osorio posterior a la entrevista, locaciones de Teleantioquia, transmisión de Hora 13 Noticias del mediodía, 06 de junio del 2017.







Formatos mp3 (audio) del material inédito y recolectado en las entrevistas realizadas para la monografía “El rol femenino en el periodismo deportivo colombiano” <https://soundcloud.com/user-925615761/sets/entrevistas-monografia-pregrado/s-eQJ40>