

Mujeres, fútbol y periodismo

Sistematización de las prácticas

Mujeres, fútbol y periodismo

Diana Marcela Jiménez Pinzón

ID: 000172722

Universidad Minuto de Dios

Programa Comunicación Social y Periodismo

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	2
Capítulo I: Direccionamiento	6
Tema de investigación.....	6
Formulación del problema	6
Objetivos	6
Objetivo general:	6
Objetivos específicos.....	7
Justificación	7
Capítulo II: Marco Referencial	8
Género y sexo.....	8
Roles y Estereotipos	9
Reivindicaciones feministas.....	10
Fútbol	15
¿Qué es el fútbol?	15
Árbitros	16
Posición táctica de los jugadores	17
Arquero	17
Defensa	17

Centrocampista	17
Delantero.....	18
Historia del fútbol	18
La FIFA.....	21
El negocio del fútbol.....	23
Fútbol a nivel social	26
Fútbol y la comunicación.....	32
Fútbol en Colombia.....	35
Nacimiento de los clubes colombianos	37
Liga de fútbol.....	40
Dimayor	40
Primer seleccionado nacional.....	41
Fútbol colombiano y el narcotráfico	41
Fútbol femenino	45
Periodismo deportivo.....	48
Capítulo III Programas	53
Fútbol con ojos de mujer	53
Historia y estructura	53
Conclusiones y aprendizajes.....	57
Fútbol y Tacón.....	59

	4
Historia y estructura	59
Conclusiones y aprendizajes.....	61
Capítulo IV práctica profesional.....	62
Experiencia (testimonio).....	62
Descripción de funciones	64
Conclusiones y aprendizajes	65
Capítulo V: Análisis programas.....	67
Análisis Fútbol y Tacón	67
Análisis Fútbol con Ojos de Mujer	69
Conclusiones	70
Capítulo VI Diseño nuevo programa	72
Fútbol con Ojos de Mujer, segunda temporada.....	72
Conclusiones.....	81
Bibliografía	83
Anexos	89
Entrevistas	89
Sonia Cubides, presentadora Fútbol y Tacón	89
Johanna Uribe, presentadora de Fútbol y Tacón	91
Vanessa Palacio, presentadora Red Mas Noticias y LP	93
Natalia Sabina, presentadora Claro Sports Noticias.....	95

Capítulo I: Direccionamiento

Tema de investigación

En este trabajo se abordará la participación periodística de las mujeres en programas televisivos que tengan contenido futbolístico, evidenciando cuál es el papel que representan y su desarrollo a nivel social.

Formulación del problema

Las funciones periodísticas en temas deportivos que hoy en día manejan las mujeres son consideradas, para muchos, de poca importancia o de poco interés. Aún así cada vez son más las mujeres que incursionan en los medios de comunicación y enfocan su carrera hacia el deporte, mostrando sus capacidades para realizar un trabajo igual o mejor que un hombre en la producción de información que tenga contenidos futbolísticos.

Objetivos

Objetivo general:

Reflexionar acerca del papel que cumplen las mujeres en la generación de contenido periodístico deportivo, teniendo en cuenta la experiencia adquirida durante las prácticas profesionales y analizando los roles que son atribuidas al género femenino dentro del periodismo.

Objetivos específicos

1. Reflexionar sobre las experiencias adquiridas en “Fútbol con Ojos de Mujer” y “Fútbol y Tacón”, identificando aprendizajes que contribuyan para una nueva propuesta.
2. Analizar la relación género-fútbol en el contexto periodístico y social
3. Elaborar una propuesta periodística que a través de un programa de fútbol contribuya a evidenciar a la mujer en el campo del periodismo deportivo.

Justificación

Durante muchos años las mujeres han sido excluidas de algunas labores que son consideradas propias para hombres. Entre ellas se encuentran todas las relacionadas con el fútbol, siendo un camino difícil para lograr el reconocimiento y la credibilidad que en la actualidad merece la participación femenina. Sin embargo, hoy en día se ve reflejado un limitado apoyo y aceptación hacia las mujeres como deportistas, periodistas y/o comentaristas en cuanto al fútbol se refiere. Esta situación ha generado que la participación mediática femenina sea mínima en comparación a la masculina en dicho deporte. Los programas periodísticos como noticieros o magazines, entre otros, que cuentan con mujeres en su nómina las muestran en desventaja frente a los hombres.

Capítulo II: Marco Referencial

Nos encontramos en el siglo XXI, donde los derechos y las libertades individuales son especialmente valorados y cada vez es más común que las mujeres realicen tareas que hasta algunos años solo eran realizadas por los hombres, Sin embargo, a pesar de los esfuerzos y el reconocimiento que a través de los años se le ha dado al género femenino, aún hoy son muchos los espacios que las mujeres no han conquistado y que día a día continúan luchando para cambiar esa concepción acerca de las labores exclusivas para hombres y otras creadas específicamente para mujeres.

Una de estas profesiones considerada por muchos como “solo para hombres” es el periodismo deportivo, específicamente cuando se habla del tema futbolístico y la generación de contenido sobre este. Los medios de comunicación han ido integrando poco a poco a las mujeres pero todavía se evidencia la escasa participación que muchas de ellas tienen al opinar, investigar e informar sobre el balompié.

Género y sexo

El género es entendido como una construcción social que establece que existen dos clases de género determinados por el sexo: el hombre y la mujer. Esta condición social determina el comportamiento, gustos, expresiones, y hasta relaciones que cada ser humano debe tener por pertenecer a uno u otro. El género es aprendido socialmente, lo que significa que se puede modificar.

Por el contrario el sexo está determinado por la condición biológica con la cual se cuenta al nacer; es decir las características fisiológicas, genitales y morfológicas que determinan si pertenece al sexo masculino o femenino

Roles y Estereotipos

Los roles y estereotipos están ligados directamente con el género ya que son las manifestaciones de este. Los roles se definen como comportamientos, actividades y deberes que se consideran apropiados para un género determinado. También se refieren a la forma en que cada persona asume y expresa dichas asignaciones. Esos roles son generados sobre expectativas y exigencias colectivas que se crean a partir de la clase social, la religión, la edad, la política y, por supuesto, el género.

Es así como los roles de mujeres y hombres se encuentran “definidos” por la sociedad que indica que por pertenecer a uno u otro se determinan ciertos comportamientos. Por ejemplo: que las mujeres desde niñas deben jugar con muñecas y los hombres con carros, situación que limita y reprime por considerar que dichos comportamientos “marcan” e idealizan lo femenino y masculino. Sin embargo, cada individuo se adecua en mayor o menor medida al conjunto de roles designados como propios de su género.

Por su parte, los estereotipos son características que se adjudican a las personas de acuerdo a su raza, sexo, procedencia, edad y en el que no importan sus características individuales. Socialmente es común encontrar estereotipos que agrupan a las personas según su sexo; es decir, características que socialmente se creen son propias de hombres o mujeres que se basan en los roles e identidades asignados a cada género

Los estereotipos se naturalizan, ya que se asumen como verdades absolutas respecto a cómo son los hombres y cómo son las mujeres; es así como durante muchos años se ha definido que las mujeres están destinadas solo para la reproducción y su realización como mujer solo se adquiere una vez sean madres. (UNAD, S.F)

Reivindicaciones feministas

Como se puede notar en la vida cotidiana, hoy por hoy el género, los estereotipos y roles de las mujeres han cambiado y han mostrado que cada mujer como ser individual construye su propia identidad y esa categoría de “mujer” se llena como cada una lo quiera hacer.

Pero para que hoy las mujeres gocen de ciertas libertades tuvieron que pasar muchos años y luchas ganadas, en las que ellas demostraron porqué merecían ser valoradas y tenidas en cuenta.

En el siglo XVIII nació el movimiento feminista que pretendía alcanzar la igualdad de derechos entre hombre y mujeres. En 1791 la escritora francesa Olympe de Gouges escribió la Declaración de los Derechos de las Mujeres y la Ciudadana, basándose en la Declaración de los Derechos del Hombre, al considerar que en esta declaración que se dio en la Revolución Francesa no se incluía a la población femenina. Más tarde, en 1792, la inglesa Mary Wollstonecraft, en su obra Vindicación de los Derechos de la Mujer aclara que las mujeres no son inferiores a los hombres sino que no reciben la misma educación y que ambos, es decir hombres y mujeres, deben ser tratados de forma racional. El siglo XVIII fue considerado como el siglo de la primera ola del feminismo ya que las mujeres reivindicaron los derechos a la educación, el trabajo, el voto y los derechos matrimoniales,

aunque con la implementación del Código de Napoleón las mujeres fueron obligadas a obedecer a sus maridos y renunciar al derecho de ejercer una profesión. (Recursos Tic, S.F)

Para finales del siglo XIX finalizaba la segunda ola del feminismo, en donde las mujeres sufragistas defendieron su derecho al voto; eran mujeres de Estados Unidos que habían defendido la abolición de la esclavitud. En 1848 lograron el apoyo de 30 hombres para firmar la Declaración de Seneca Falls o Declaración de los Sentimientos, en el que las mujeres denunciaban las restricciones políticas a las que estaban sometidas y además defendían los derechos laborales. Flora Tristan y Rosa Luxemburgo fueron otras autoras que defendieron los derechos laborales de las mujeres.

Al finalizar la segunda ola del feminismo, Simone de Beauvoir escribió el libro “El segundo sexo”, en el que evidenciaba el modo en el que las mujeres se concebían así mismas.

En su obra, Beauvoir analizó pormenorizadamente y a través de diversas disciplinas, cómo era la vida de las mujeres. Llegó a la conclusión de que gran parte de los rasgos que la sociedad consideraba femeninos no era más que una convención social. De manera que la subordinación a la que se veían abocadas las mujeres no tenía una causa biológica fundamentada sino una causa cultural. Esta tesis se resume en su famosa frase No se nace mujer, se llega a serlo. (Recursos Tic, S.F)

El sufragio femenino fue reconocido por la legislación internacional por medio de la comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, aprobando en 1948 la declaración Universal de los Derechos Humanos.

El 20 de diciembre de 1952 la convención sobre los derechos políticos de la mujer fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas y entró en vigencia dos años

más tarde, el 7 de julio 1954, en donde se enfatizó el derecho de las mujeres al voto y el acceso a cargos públicos. En su Artículo I la convención dispone: las mujeres tendrán derecho a votar en todas las elecciones en igualdad de condiciones con los hombres, sin discriminación alguna.

Uruguay fue el primer país en América Latina en aprobar el sufragio femenino, el cual fue emitido por primera vez en 1927. Para el caso colombiano, fue hasta 1957 que las mujeres adquieren el derecho a votar en la elección presidencial siguiente al establecimiento de la Junta Militar. Pero fue desde 1932, por medio de la Ley 28, que se reconoció en Colombia el derecho a la igualdad en el campo de los derechos civiles. Desde entonces la lucha de las mujeres por el reconocimiento de sus derechos ha sido intensa; por ejemplo, en 1945, el Congreso de la República asumió la reforma de la Carta Fundamental en la que logró reconocerles a las mujeres los derechos de ciudadano, pero la reforma no autorizó el sufragio. En 1947 el proyecto que pretendía permitir el voto a la mujer fue presentado en la Cámara y Senado, pero en su momento se consideró que había proyectos más importantes que discutir. Pese a que las mujeres ya podían ocupar cargos públicos y puestos de alto nivel, no podían ejercer su derecho al voto.

En 1946 la Organización de las Naciones Unidas presionó a todos los países de América para que en sus constituciones establecieran el derecho al voto de la mujer teniendo en cuenta que negar el derecho al voto femenino era perpetuar un estado de desigualdad social entre hombres y mujeres. Así pues, luego de años de lucha, las colombianas obtuvieron su derecho al voto y así se legitimó la democracia, ya que en su momento las mujeres lograban ser más del 50% de la población. (Vinasco, 1950) (Factoria Historica, S.F.) (Historia siglo XX, S.F.)

Pero la lucha continúa: han pasado más de 50 años y aún en muchos aspectos la desigualdad entre hombres y mujeres sigue latente en Colombia. Uno de esos campos es la inequidad laboral. Una publicación que realizó Caracol Radio, en su página de internet, evidencia que estudios y estadísticas han confirmado que todavía existe diferencia entre hombres y mujeres con respecto al salario que reciben por realizar la misma labor y que en promedio las mujeres tienden a ganar menos dinero que los hombres.

Indica el informe, además, que el director del Servicio Público de Empleo, Luis Ernesto Gómez, se encuentra comprometido de la mano del Gobierno Nacional para combatir la inequidad de género. Recalca él que los factores que más serán tenidos en cuenta son la capacidad y el talento para que el reconocimiento salarial de mujeres y hombres que tengan el mismo cargo sea el mismo. (Caracol Radio, 2015)

Colombia, sin lugar a dudas, ha venido avanzando hacia la equidad y la igualdad respecto a los derechos de las mujeres en el ámbito laboral, académico, social y político; pero aún se necesita romper demasiados paradigmas de exclusión y de discriminación. (Martínez, 2013)

El 15 de enero del 2015 se dio a conocer por medio de los medios de comunicación la aprobación de una ley en Colombia que busca establecer que la remuneración salarial debe estar dada por el cargo y no por el género. La ley ya fue aprobada pero no ha sido reglamentada, razón por la cual el Consejo de Estado ordenó al Gobierno Nacional reglamentarla para poder ponerla en práctica. Así las cosas, las colombianas cada vez logran disminuir la brecha de desigualdad entre hombres y mujeres; sin embargo, aún falta mucho como lo menciona a continuación la Representante a la Cámara Rosmery Martínez:

De nada sirve la homologación de la mujer y el hombre en el terreno laboral, si no se equipara la oportunidad de acceder a la capacidad de ejercer; de nada sirve la discriminación positiva tendiente a garantizar la equitativa participación de la mujer en los cargos administrativos, si su aplicación ha quedado suelta al arbitrio de los gobernantes; de nada sirve el postulado constitucional que posibilita a todas las mujeres a elegir y ser elegidas, si no se posibilita la igualdad efectiva y real de la mujer dentro de la conformación de las listas de los partidos políticos. (Martínez, 2013)

Fútbol

¿Qué es el fútbol?

Es un deporte de equipo que se juega entre dos conjunto. Cada equipo cuenta con 11 jugadores que buscarán introducir el balón en la portería del contrario impulsándolo con los pies, la cabeza o cualquier parte del cuerpo que no sea con las manos ni los brazos. Los únicos jugadores que pueden usar sus manos para coger el balón son los arqueros, quienes deben impedir que el esférico entre en el arco. Gana el equipo que logre más goles durante los 90 minutos que dura el partido.



La cancha debe ser rectangular de césped natural o artificial. En caso de ser artificial el color de la superficie debe ser verde y estar marcado con líneas. Dichas líneas muestran las zonas demarcadas; las dos líneas de marcación más largas se denominan líneas de banda, las dos más cortas se llaman líneas de meta y la línea media es la que divide el terreno de juego en dos mitades. En el centro del campo se encuentra marcado un punto en la mitad de la línea media, que es el punto central alrededor del cual se encuentra un círculo con un radio de 9.15 metros. Las líneas de metas son perpendiculares a 5.5 metros de la

parte interior de cada poste de meta. Dichas líneas se adentrarán 5.5 m en el terreno de juego y se unirán con una línea paralela a la línea de meta.

El fútbol se practica con una pelota esférica que puede ser en cuero u otro material con una circunferencia no mayor a 70 centímetros y no inferior a 68 centímetros y un peso no superior a 450 gramos y no inferior a 410 gramos.

Árbitros

Como en cualquier otro deporte existen árbitros encargados de impartir justicia. En el fútbol existe un árbitro principal, también llamado *réferi*, que es el encargado de aplicar las reglas en un partido, además de cronometrar la duración del encuentro. Las reglas que se aplican durante el desarrollo de un encuentro de fútbol son aquellas que han sido establecidas por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), que es el organismo mundial que rige a las federaciones de este deporte.

Además cuenta con dos árbitros asistentes, quienes se encuentran situados en el exterior del terreno de juego y en las bandas. Existe además un asistente sustituto en caso de que alguno de los tres que se encuentran en la cancha sufra algún tipo de lesión. Los asistentes pueden aconsejar al árbitro principal en jugadas que este no haya podido ver; sin embargo, el *réferi* es el único que puede sancionar, expulsar a jugadores o personal de cuerpo técnico, ya que el árbitro representa la autoridad deportiva. Sus facultades inician en el momento de ingresar al estadio y finalizan al salir del mismo, incluso si el balón no está dentro del campo de juego.

Los directivos, futbolistas, entrenadores deberán obedecer las decisiones que tome el *réferi* y están obligados a protegerle, y apoyarle para garantizar la independencia de su

actuación. Todos los árbitros deben superar exámenes y pruebas físicas que los habilita para ejercer su actividad. (FIFA, S.F)

Posición táctica de los jugadores

Arquero

El arquero es también conocido como portero, golero o guardameta. Es el encargado de evitar que la pelota entre a su arco durante el juego y es el único jugador que puede tocar la pelota con sus manos durante el juego pero solamente dentro de su área. En cada equipo solo puede haber un arquero dentro del juego y por lo general se acostumbra a tener un suplente. Los guardametas deben usar un uniforme con un color diferente al de sus compañeros y a sus contrincantes.

Defensa

En un jugador ubicado una línea delante del guardameta y una por detrás de los centrocampistas. Su función es la de detener los ataques del equipo rival. Generalmente la línea defensiva se encuentra en forma arqueada, quedando algunos defensas ubicados más cerca del arquero que los demás.

Centrocampista

El centrocampista o volante juega en el mediocampo y tiene la función de recuperar el balón, propiciar la creación de las jugadas y desarrollar el juego.

Delantero

Es un jugador que se destaca en la posición de ataque, la más cercana a la portería del equipo rival. Es el principal responsable de marcar los goles y debe estar en continuo movimiento, buscando siempre el pase para poder marcar goles. Es esencial que tenga buena velocidad.

Historia del fútbol

El fútbol, uno de los deportes más populares del mundo, cuenta con más de 100 años de existencia. Sus inicios se remontan a 1863, en Inglaterra, cuando el fútbol se separó del rugby y posteriormente se creó la Asociación de Fútbol de Inglaterra.

A finales de la edad media se desarrollaron en las Islas Británicas distintos tipos de juegos de grupos o equipos. A estos juegos se les conocía como códigos del fútbol. En la segunda mitad del siglo XVII se dieron las primeras unificaciones del fútbol que dieron origen al fútbol de Rugby, fútbol americano y al “soccer” fútbol.

Desde sus comienzos el fútbol era considerado como una actividad que implicaba demasiadas dificultades. Dominar el balón con los pies generaba admiración. En los siglos II y III A.C., en China los militares practicaban ejercicios que hoy hacen parte del fútbol; se le conocía como *Ts'uh kúh* y consistía en lanzar una bola de cuero rellena de plumas con el pie a una red que se encontraba entre largas varas de bambú que tenían una distancia de 30 a 40 centímetros. Además los jugadores debían pasar los ataques de los rivales utilizando otras partes del cuerpo como pecho, espalda y hombros. La restricción era tocar el balón con las manos. El manual de ejercicios en la dinastía de Han es la forma más antigua que se conoce del juego.

En los inicios el juego se caracterizaba por tener escasa reglamentación y debido a esto era demasiado violento. Uno de ellos era el fútbol de carnaval, que fue prohibido en Inglaterra durante 500 años. En el año 1314, el alcalde de Londres se vio obligado a prohibir el fútbol dentro de la ciudad, bajo pena de cárcel, por considerar que causaba demasiado ruido.

En ocasiones se jugaba entre pueblos y pequeñas ciudades donde todo era permitido. También existían otros juegos que contaban con mayor organización. Uno de los juegos más conocidos era el Calcio Florentino (*giuoco del calcio*) o "juego de la patada", que se originó en la ciudad de Florencia, Italia, y que influenció en varios aspectos al fútbol actual no solo por sus reglas sino además por el ambiente de festejo que se vivía allí.

Es probable que hayan existido modalidades que no permitieron emplear el pie, por la simple razón del tamaño y el peso del balón, ya que la reglamentación del esférico fue determinado nueve años después de la primera implementación de las reglas de fútbol en 1863. En 1866, en un partido entre Londres y Sheffield, se acordó por primera vez la duración del partido de una hora y media.

Muchos investigadores han sugerido que el fútbol, además de demostrar fuerza y habilidad, también se remonta a costumbres paganas, como ritos de fertilidad que fueron la primera motivación para los futbolistas iniciales. El balón simbolizaba el sol, que sería el objetivo a conquistar para lograr buenas cosechas, se lograba llevando el esférico a través del campo sobre los cultivos y evitar que el balón fuera arrebatado por los oponentes.

En algunos lugares de Inglaterra la tradición era entre hombres casados y solteros. En Inveresk, Escocia, a finales del siglo XVII, el desafío era entre mujeres casadas y solteras. Se dice que siempre ganaban las mujeres casadas por la obligación y compromiso

que tenían, así que las primeras apariciones del fútbol femenino ya se veían a finales del siglo XVII.

En 1871, luego de ocho años de fundación, la Asociación Inglesa de Fútbol contaba con 50 clubes. En 1872 se celebró la primera competición organizada del mundo: la Copa Inglesa (hoy FA Cup). Años más tarde, en 1888, se realizó el primer campeonato de Liga. Para entonces el fútbol organizado no era conocido. Por su parte, en Gran Bretaña se organizaban partidos internacionales; el primer partido fue entre Inglaterra y Escocia, en 1872, lo cual ayudó para que se incrementaran tanto los practicantes como los espectadores. Y es entonces allí cuando aparece el fútbol de manera profesional.

En 1879 un club de Lancashire, *Darwen*, alcanzó dos veces un empate frente *Old Etonians* en la Copa Inglesa y dos jugadores del equipo, al parecer, fueron los primeros en recibir retribuciones económicas por su participación en un partido. En 1885 la situación se volvió común por lo que la Asociación de Fútbol estuvo en la obligación de legalizar oficialmente el profesionalismo.

Posteriormente se fundó la Asociación Escocesa de Fútbol, en 1873. Fue así como el fútbol se fue expandiendo lentamente por todo el mundo: en 1889 llegó a Holanda y Dinamarca. En 1891 a Nueva Zelanda. En 1893 Argentina, Bélgica y Suiza. A Chile en 1895. A Italia en 1898. A Alemania y Uruguay en 1900. A Hungría en 1901. A Noruega en 1902. A Suecia en 1904. A España en 1905. A Paraguay en 1906 y a Finlandia en 1907. Para el caso colombiano, la Asociación Colombiana de Fútbol nació el 12 octubre 1924.

La FIFA

En mayo de 1904 el fútbol profesional comienza a organizarse. Es entonces cuando nace la FIFA, que inmediatamente contó con siete miembros fundadores: Francia, Bélgica, Dinamarca, Holanda, Suecia, Suiza y España, que estaba representada por el Madrid FC. El mismo día la Asociación Alemana declaró su intención de afiliación vía telegrama. En 1912 la FIFA ya contaba con 21 asociaciones y en 1930, el año de la primera Copa del Mundo, ya contaba con 41 miembros. En 2007 la cifra llegó a 208 asociados de todas partes del mundo. Para los años de 1937 y 1938 las reglas del fútbol fueron establecidas dando una revisión a las primeras que se habían impuesto en 1886. Posteriormente, en 1997, tuvieron una nueva revisión.

En los primeros estatutos de la FIFA, se determinó:

1. El reconocimiento mutuo y exclusivo de las naciones presentes y representadas.
2. La prohibición de que los jugadores y clubes jueguen al mismo tiempo para diferentes asociaciones nacionales.
3. El reconocimiento mutuo de los acuerdos dictados por otras asociaciones.
4. La organización de partidos en base a las reglas establecidas.

Cada asociación nacional debía contribuir anualmente con dinero, ya para esa época se pensaba en organizar una competición a nivel mundial, por lo cual en el artículo 9 la FIFA estipuló que es el único organismo autorizado para realizar un evento deportivo de gran magnitud. (FIFA, S.F)

El primer Torneo Olímpico de Fútbol se llevó a cabo en 1908, donde el ganador fue Inglaterra. La FIFA seguía pensando en un torneo de gran envergadura y fue entonces cuando la Asociación Inglesa asumió la responsabilidad y decidió organizar dicho evento

deportivo. Aquí vale la pena mencionar que un principio el fútbol era considerado no como una competición sino como un espectáculo

Al establecer las reglas y los estándares de juego, la FIFA logró un base sólida y trazó directrices claras que durante años le han permitido grandes procesos en el campo administrativo. Hubo un momento en el que el idioma oficial era el francés y la aplicación de la reglas de juego elaboradas, con base al modelo inglés, pasó a ser obligatoria y se prohibió que terceros organizaran partidos de carácter lucrativo.

Hasta 1909 la FIFA solo la conformaban asociaciones europeas y fue entonces cuando se unió África del sur, Argentina, Chile en 1912 y Estados Unidos en 1913. Entonces inició la actividad intercontinental de la FIFA y con ello el primer paso en el camino de la expansión.

Además el Torneo Olímpico de Fútbol, la FIFA aumentó su deseo de realizar un Mundial de Fútbol. Fue así como en 1930 la Asociación Uruguaya de Fútbol, aprovechando que Uruguay era el primer bicampeón olímpico y el país conmemoraba el centenario de su independencia, decide organizar la primera Copa del Mundo de la historia y se compromete a correr con todos los gastos. La decisión no fue muy bien tomada por todos, pues Europa se encontraba en plena crisis económica y la participación de sus jugadores implicaba que los clubes no podían contar con ellos durante dos meses, ya que se trataba de una larga travesía marítima, por lo que algunos países retiraron su participación en el mundial. (FIFA, S.F)

Sin embargo, participaron cuatro selecciones europeas: Rumania, Francia, Bélgica y Yugoslavia, y el 18 de julio 1930 se inaugura la primera Copa Mundial de la FIFA.

El negocio del fútbol

El fútbol es, quizá, el deporte más popular y practicado del mundo. Así lo demuestra una encuesta realizada por la FIFA en 2006, en la que asegura que cerca de 265 millones de personas practican el balompié regularmente de manera semiprofesional o amateur, incluyendo a mujeres, hombre y niños, sin sumar las miles de personas que no practican el deporte pero que sí lo siguen en los estadios y a través de los medios de comunicación.

El fútbol es un singular espectáculo, un fenómeno de masas que despierta pasiones, estados anímicos y rivalidades. Pero, por sobre todo, es una potente industria que mueve al año unos 500.000 millones de dólares, es decir, más una vez y media el PBI de la Argentina en 2008 (Estudio de comunicación, S.F.)

El “deporte rey”, como muchos le llaman al fútbol, es también un negocio multimillonario. Así lo reconoció el actual presidente de la FIFA, el suizo Joseph Blatter, en su discurso de apertura del 64 Congreso del organismo, que se celebró en Sao Paulo en Junio de 2014: Es un "negocio multimillonario, que crea oportunidades" y también "genera controversias" (El espectador, 2014)

Son muchos los millones que ganan jugadores, representantes, directivos y clubes por la contratación de un jugador. Pero eso no es todo, porque cuando el equipo juega aumenta el dinero, los estadios son colmados por los aficionados que no abandonan a sus equipos, los canales de televisión pagan cientos de dólares por la trasmisión de partidos y los vendedores ofrecen todo tipo de elementos alusivos los equipos. Eso sin mencionar las altas sumas de dinero que ganan las figuras del fútbol por publicidad. Sin duda alguna, un

negocio “redondo” como lo calificaría el periodista británico Andrew Jennings, famoso por sus fuertes críticas a la FIFA y a sus directivos (SEMANA, 2011)

Por ejemplo, en las contrataciones del año 2014 los clubes pagaron miles de dólares por tener en sus equipos a los mejores jugadores. El Barcelona pagó por el jugador uruguayo Luis Suárez 211 mil millones de pesos, el Real Madrid pagó por el colombiano James Rodríguez 202 mil millones de pesos. Solo por su salario, el 10 de la Selección Colombia gana alrededor de 1.474 millones de pesos al mes, unos 49 millones al día y un poco más de 2 millones de pesos por hora, sin contar las regalías que recibe por contratos publicitarios con Bimbo, Adidas, Éxito, Rexona, Milo, Clear, entre otros. Según el periódico colombiano EL TIEMPO, *“se espera que, en esta nueva temporada, James perciba unos 12 millones de dólares (8,8 millones de euros) por ser imagen comercial”* (Romero, 2014)

Los clubes continuamente están renovando su plantel, patrocinadores y contratos comerciales por cientos de dólares. Las operaciones del fútbol se rigen básicamente por la transferencia y el monto se divide de la siguiente manera: 8% para el jugador, el 10% para el agente, 30% debe pagar el vendedor como impuesto de ganancia ocasional y el 52% restante básicamente es para impuestos del país como Retención en la Fuente, ICA o 4 por 1000, etc. Adicionalmente el equipo que compra al deportista tiene la obligación de realizar el pago al club que descubrió el jugador por derechos de formación. (Portafolio.co, S.F.)

El crecimiento exponencial del negocio de la pelota en las últimas décadas, se debe sin lugar a dudas a los avances tecnológicos que han producido mejoras en sus transmisiones vía satélite, así como la creación de canales deportivos. Desde la aparición del nuevo medio de comunicación que es Internet las vías de distribución y difusión de contenidos se han multiplicado. (Ricaurte, 2010)

Por su parte, los grandes medios de comunicación pagan cientos de dólares por los derechos de transmitir eventos deportivos de gran importancia como la Copa del Mundo, que se celebra cada cuatro años. Los patrocinadores y multinacionales aprovechan la realización del evento más importante del fútbol, para promocionar sus productos y dar mayor publicidad a sus marcas.

Por ejemplo:

En la Copa Mundial Alemania 2006 se registró la mayor cobertura televisiva con una audiencia de 26,290 millones de televidentes en 214 países a través de 376 canales. Asia realizó la mayor contribución a la cifra total de audiencia acumulada (34.2% del total mundial). Las cifras anteriores indican que la mayor parte de los ingresos registrados (1,059 millones de USD) provinieron evidentemente de la comercialización de los derechos televisivos (650 millones de USD) y de los derechos mercadotécnicos (277 millones de USD) (Ricaurte, 2010)

Pero no solo en la televisión o en la radio se vive la fiesta del fútbol; los aficionados invierten su dinero para ver de cerca y en la cancha a su selección o equipo favorito. Los estadios se visten de colores y banderas, y con cánticos los hinchas alientan a su equipo para lograr vencer al rival.

El proceso de venta de las boletas o entradas es determinado por los encargados de organizar el evento deportivo, que son quienes deciden, además, los canales de venta autorizados para distribuir las entradas. Cuando el equipo juega de local los clubes son los que toman la decisión en cuanto al precio de la boletería y forma de venta y distribución; sin embargo, las ganancias por venta de entradas son mínimas comparadas con publicidad, transferencias de jugadores y medios de comunicación.

Fútbol a nivel social

Del fútbol no solo se analizan las jugadas y la cantidad de goles que realizan los jugadores. Para varios autores ha sido necesario el estudio del fútbol desde el punto de vista antropológico y social porque recrea elementos que hoy día son, para muchos, la esencia del juego como el enfrentamiento y el ejercicio de poder físico dentro del juego para lograr el dominio del uno por el otro.

Un amigo de la infancia de Charles Darwin contaba que cuando los niños invitaban a jugar al fútbol al futuro padre de la Evolución, prefería explorar por su cuenta en el bosque. Pero a principios del siglo XIX todavía no existía la pasión actual por este deporte. Hoy la fiebre futbolera sin duda hubiera llamado la atención del naturalista británico, ya que los comportamientos y actitudes que mostramos en los encuentros deportivos son universales. La histeria colectiva que desatan en todo el planeta, partidos como la final de la Champions que enfrentará al Real Madrid con el Atleti nos lleva a pensar en sus orígenes biológicos, hundiendo sus raíces en el pasado hace cientos de miles de años.

Según los antropólogos, la época en que emerge no es casualidad. En Europa, el fútbol se hace popular al mismo tiempo que desaparece la importancia de la caza para el sustento, es decir, cuando comienza la Revolución Industrial. Desde aquellos años, el fútbol se ha convertido en el deporte más extendido, practicado o seguido en los cinco continentes por cientos de millones de personas. (Sociólogos, 2014)

Es entonces cuando la explicación a la pasión que muchas personas sienten por el fútbol, según la antropología, está directamente relacionada con las características de los

antepasados y el espíritu guerrero que tenía los primeros hombres y que necesitaban para la supervivencia y la caza. Es por eso que el balompié, al igual que el rugby, baloncesto y béisbol, es el deporte que más influencia tiene en las sociedades. El deporte pasó a sustituir las labores de caza y recolección cuando a su vez fueron reemplazados por las industrias y el trabajo asalariado. Tanto el deporte como la lucha tienen actividades similares como la persecución, golpear objetos y practicarlos en grupos.

Los Juegos Olímpicos de la antigüedad son una demostración de la relación que existe entre el deporte y la guerra. Se practicaban en la ciudad griega de Olimpia, en donde se realizaban treguas entre las ciudades que permitían el libre desempeño de los deportistas en los Juegos, que consistían en competencias de atletismo, salto y lucha, virtudes propias de los guerreros. Pero no solo el comportamiento ancestral se evidencia en el campo de juego, pues desde la antigüedad se observaba a los competidores desde sus diferentes destrezas, como agilidad y fuerza, para saber a quién tenía probabilidades de ganar en la guerra o a quién definitivamente no molestar. En ellos se demostraba la supremacía y liderazgo, actitudes que también se habían identificado en los simios.

La admiración y respeto que generan muchos deportistas hoy en día vienen desde tiempo atrás. Aquellos que lograban demostrar su liderazgo eran merecedores de las mujeres más hermosas, eran admirados por toda la tribu y ganaban premios que correspondían a otros bienes y alimentos. (Sociólogos, 2014)

Pero esa supremacía por demostrar liderazgo también ha sido causante de grandes tragedias mundiales. Por ejemplo, a finales de la década de los sesenta, el Salvador vivía una crisis social debido a que la mayoría de las tierras se encontraban en manos de las personas que contaban con más recursos, lo que provocó que muchos pobladores se desplazaran a Honduras. Debido a la crisis se llevó a cabo una reforma agraria

que produjo que las personas regresaran a el Salvador. El 15 de junio 1969, en San Salvador, se disputaban entre las dos selecciones las eliminatorias para el Mundial de México 1970. El primer triunfo lo obtuvo la selección hondureña 1-0 y en el partido de vuelta los salvadoreños golearon 3-0 y con el ánimo de celebrar e inducidos por las campañas de los medios de comunicación que infundían desprestigio para los hondureños los hinchas salvadoreños persiguieron a los rivales hasta el paso fronterizo de El Amatillo, lo que llevó que al enterarse de lo ocurrido los habitantes de Honduras agredieran a cualquier persona que vieran de nacionalidad salvadoreña.

Con el paso del tiempo fue creciendo el conflicto y el 27 de junio en México se realizó el tercer partido de desempate entre las dos selecciones, en donde El Salvador ganó además y el presidente de dicho país decidió romper relaciones diplomáticas con Honduras.

El 14 de julio 1969 inició la guerra, aunque no se sabe con certeza quién dio inicio a las hostilidades ya que los medios de comunicación no eran imparciales y lo que comentaban era en agresión al otro país y en defensa del suyo. La guerra duró solo cuatro días y dejó como consecuencia más de cinco mil personas muertas. (ESPN, 2013)

La Guerra del fútbol no fue un conflicto generado por las consecuencias de un partido, sino que tuvo raíces muchos más profundas. Sin embargo, lo que sucedió en los tres encuentros de las Eliminatorias fue la chispa necesaria para que dos naciones hermanas lleguen una guerra sin sentido, como todas. (ESPN, 2013)

Otro caso relacionado ocurrió años después de la Guerra de las Malvinas, un conflicto bélico entre la República Argentina y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, donde murieron más de 800 personas.

En México se organizó el Mundial de 1986 y uno de los partidos memorables fue el partido entre Inglaterra y Argentina, en los cuartos de final, ya que el encuentro fue considerado por los jugadores argentinos como una revancha del seleccionado albiceleste, por las Malvinas. Así lo manifestó el jugador Diego Armando Maradona:

"Más que vencer a un equipo de fútbol, estábamos derrotando a un país, por supuesto que antes del partido nos habíamos dicho que el fútbol no tenía nada que ver con las Malvinas, pero todos sabíamos que en la guerra de las Malvinas habían muerto muchísimos niños argentinos, tiroteados como pájaros. Esto era la venganza, fue como recuperarse un poco de esta guerra" (INFOBAE, 2014)

En otro continente, pero no menos importante, un “guerrero” africano ha luchado por mostrar a su nación una alternativa para terminar un conflicto religioso y racial en el que han muerto cientos de personas. El conflicto de Costa de Marfil inició al morir el hombre que independizó al país africano de Francia, en 1960, debido a que sus sucesores cristianos iniciaron un nacionalismo que no incluía la parte norte del país ya que estaba habitada por musulmanes que además no tenían igualdad de derechos, lo cual desencadenó una guerra civil en el 2002.

En el año 2005 la selección de Costa de Marfil disputó un partido de eliminatorias para la Copa del Mundo de Alemania 2006, frente al combinado de Sudán, donde los “elefantes” (así se le conoce en todo el mundo a la selección marfileña de fútbol) lograron vencer 3-1 y así clasificar por primera vez a un mundial. La gran figura del partido fue el delantero marfileño Didier Drogba no solo por su destacada actuación dentro del partido, sino porque al finalizar el encuentro y aprovechando la presencia de los medios de comunicación envió un mensaje de paz y reconciliación a su país. (Márquez, 2014)

“Hombres y mujeres de Costa de Marfil, desde el norte, sur, este y oeste, hoy hemos probado que todos los marfileños podemos coexistir y jugar juntos por un objetivo común, calificar a la Copa del Mundo. Les prometemos que esta celebración uniría a toda nuestra gente, por lo que hoy, todo el equipo y yo les rogamos de rodillas, perdonen, perdonen, perdonen. El único país de África con tantas riquezas, no puede caer en la guerra, por favor bajen sus armas, celebremos elecciones, todo será mejor, todos queremos divertirnos, dejen de disparar sus armas” (Márquez, 2014)

Pero ahí no paró la obra del héroe Drogba, porque el 3 de junio de 2007 Costa de Marfil y Madagascar se enfrentaban en las eliminatorias de la Copa Africana y él le pidió al presidente de su Nación que el juego se llevara a cabo en Bouaké, donde se ubicaba la plaza principal de los rebeldes, hecho que enmarcó para siempre la historia de ese país ya que logró reunir en un mismo lugar a insurgentes y miembros del gobierno y ciudadanos de todas las religiones, etnias e ideologías.

Los “elefantes” lograron vencer 5-0 a Madagascar y Drogba anotó un gol que no solo significaba el triunfo en la cancha sino además la unión de una nación que celebraba la firma de un acuerdo entre rebeldes y el gobierno. (Márquez, 2014)

Por su parte, en los años sesenta se conoció un término que hoy es muy conocido en el mundo del fútbol: “los Hooligans” que, según la Real Academia, define a los hinchas británicos de comportamiento violento y agresivo. Para el caso de América Latina el término es “barrabravas”.

Según la antropóloga Liz Crowley de la universidad de Manchester *“Siempre ha existido un tipo de violencia relacionada con el deporte, y sobre todo relacionada con el fútbol”*. (BBC Mundo, 2005)

Para 1912 se disputó un partido entre el Liverpool y el Manchester United que luego de media hora de juego tuvo que ser suspendido, ya que en las gradas se presentaron hechos violentos.

Pero fue hasta los años sesenta que las barras bravas se convirtieron en un problema y veinte años después la situación de violencia en los estadios ocupaba las primeras páginas de la prensa, donde ser "Hooligan" se convirtió en una moda.

Para la época, Inglaterra vivía una ola de violencia en los estadios lo que provocó varias tragedias. En 1989 en Sheffield en el estadio Hillsborough se jugaba la semifinal de la Copa FA entre Liverpool y Nottingham Forest, pero el encuentro no terminó como ya que murieron cerca de 93 personas a causa de la violencia de los hinchas. (BBC Mundo, 2005)

En América Latina el fenómeno de las barras bravas inició en Argentina y se fue extendiendo a Colombia, Chile y demás países de la región. *"El modelo estético y el referente más claro que se toma del barrismo aquí en Colombia fueron las barras argentinas. Ése fue el ejemplo a seguir, tanto por la estética como por los cánticos"* (BBC Mundo, 2005)

El 11 de mayo de 2005 Colombia vivió uno de los hechos violentos entre hinchas: en el estadio el Campín de Bogotá se enfrentaban Santa Fe y América por el paso a la siguiente fase del Torneo Apertura. El América de Cali ganaba 5-2 a los locales y al terminar el segundo tiempo uno de los hinchas de Santa Fe entró al campo para agredir al árbitro, siendo expulsado de la cancha por los agentes de la Policía Nacional.

Entre tanto, en la tribuna sur del estadio, algunos integrantes de La Guardia Albirroja Sur, la barra brava de Santa Fe, agredió a un hincha de su mismo equipo por considerar que era un ladrón. El acusado terminó cayendo del segundo al primer piso de la

gradería con lesiones graves, siendo trasladado al hospital más cercano. Pero el conflicto no terminó ahí, ya que un hincha de Santa Fe recorrió los pasillos de la tribuna oriental en busca de una bandera, cuando fue sorprendido por algunos hinchas de América y fue atacado por uno de ellos quien lo apuñaló. Horas más tarde murió por la gravedad de sus heridas. (Herrera, S.F.)

Según el antropólogo Andrés Recasens existen tres clases de aficionados al fútbol: los espectadores, que son los que asisten a los estadios a disfrutar del partido; los hinchas, que son los que siguen a uno de los equipos y tienen compromisos con este, y finalmente los barristas: *"Presenta particularismos culturales que lo hacen distinto a las otras dos categorías, pudiendo constituir (...) un grupo cultural claramente identificable"*. (BBC Mundo, 2005) Se caracteriza porque consideran que la organización es un espacio donde afirman su identidad, además de considerar que el estadio es el espacio de refugio o conquista de algunos jóvenes que se sienten marginados.

Sin embargo, para el escritor y periodista uruguayo Eduardo Galeano, "El fútbol padece las consecuencias de la acumulación de tensiones sociales, que estallan en las canchas de fútbol como estallan en muchos otros lugares". (BBC Mundo, 2005)

Fútbol y la comunicación

La comunicación, sin duda alguna, hace parte de todos los procesos cotidianos de la vida. En el fútbol el proceso de comunicación ha sido indispensable para el funcionamiento no solo del equipo, sino además de toda la industria futbolera. Este deporte ha logrado con el transcurso de los años convocar a miles de personas, por lo cual se ha convertido en uno de los eventos de mayor difusión en los medios de comunicación.

Es muy común que jugadores, directivos y entrenadores hablen con los medios de comunicación, ya que la relación con los medios es uno de los pilares más importantes para los equipos, pero en ocasiones olvidan la comunicación interna y las relaciones institucionales que son parte del buen funcionamiento del grupo. Es necesario que tanto jugadores como directivos tengan una comunicación asertiva. Dentro del campo de juego es importante la relación comunicativa entre los jugadores y el técnico, ya que este último es quien proporcionará las indicaciones de juego que se deben seguir durante el partido y por supuesto entre cada uno de los jugadores para lograr vencer al rival.

Uno de los factores más importantes dentro de la comunicación deportiva está en que dicen y como lo dicen las figuras y representantes deportivos ya que de esto depende la buena imagen que proyecten ante prensa, seguidores y fanáticos del fútbol. En las organizaciones deportivas es necesario un departamento de comunicaciones que dirija tanto a jugadores como directivos para que su relación con la prensa sea ideal. Según afirma un estudio realizado por la compañía “comunicar es ganar a los clubes de la Liga BBVA”, la mitad de los equipos de la liga tienen en sus nóminas tres o menos personas encargadas de la comunicación dentro de la organización, pero solo uno de tres clubes tiene clara la distribución de las funciones. Esto quiere decir que para muchas entidades la comunicación es un factor secundario al que no se le da la importancia que merece, desconociendo que puede llegar a ser un factor determinante en el éxito de un equipo.

Hoy en día las redes sociales forman parte de los medios alternativos de comunicación, que son utilizados por cientos de personas, entre ellos deportistas y equipos de fútbol que buscan informar acerca de su diario vivir y mantener a sus seguidores al día con las novedades que se presentan dentro y fuera de la cancha. Esa comunicación se da de

manera unidireccional, ya que la mayoría de ellos no establecen interacción con sus seguidores. (Comunicar es ganar, S.F.)

La atención que recibe el fútbol por los medios de comunicación es amplia. En España, por ejemplo, el diario más leído es Marca, un periódico deportivo, lo que demuestra el interés por los deportes por parte de la sociedad española.

Para el caso colombiano en el pasado mundial de fútbol Brasil 2014, el canal Caracol logró lo que ningún otro programa había hecho en la franja de la mañana: un rating de 26 puntos, casi el triple de lo que marca una novela en la franja de la noche, que es lo más visto por los televidentes.

Los canales privados, Caracol y RCN, tenían los derechos de transmisión de los partidos del Mundial de Brasil, pero fue el Gol Caracol con 21,2 duplicó en audiencia a Futbolmania RCN con 9,3. Según el Secretario General de Caracol este éxito se debe a que la marca “Gol Caracol” se ha posesionado muy bien y es muy fuerte incluso más que Caracol. Además de que Gol Caracol es identificado por los televidentes como el canal oficial de la Selección Colombia, mientras que RCN se asocia más a la Liga Colombiana.

Según cifras de Ibope (Empresa Multinacional experta en investigación de mercados en Latinoamérica) los partidos más vistos fueron los encuentros de Colombia, seguidos a los de Brasil. El partido más visto fue Colombia-Brasil, de los cuartos de final, con un rating de 34,4 (Semana, 2014)

La industria mediática entorno al fútbol es tan grande que genera roces entre los grandes medios de comunicación. Por ejemplo, cuando la Selección Colombia regresó al país luego de su actuación en el Mundial Brasil 2014, los patrocinadores del conjunto colombiano organizaron un recibimiento en el parque Simón Bolívar con todos los aficionados.

El canal RCN tuvo inconvenientes para transmitir el recibimiento de la selección ya que Caracol prohibió la transmisión en vivo de otros canales por contar con los derechos de exclusividad y ser un evento cuyos costos fueron asumidos sólo por los patrocinadores. (Semana, 2014)

A dicho evento asistieron más de 120 mil personas y, aunque no fue transmitido en vivo por otros medios de comunicación, sí fue registrado por la prensa no solo en Colombia sino también a nivel internacional ya que nunca antes el seleccionado colombiano había logrado llegar tan lejos en un Mundial de fútbol.

En la actual sociedad de consumo masivo de fútbol, ¿qué posibilidad de respuesta tiene el receptor ante el mensaje enviado por el emisor o el medio utilizado? Un aficionado puede opinar sobre la gestión del club o la trayectoria deportiva, ¿influye su opinión en algo? En un equipo una fuerte presión de la afición puede influir en los directivos para destituir a un técnico o causar la dimisión del presidente. Pero muchos receptores tienen un papel pasivo y sólo se considera válido lo que aparece en los medios. Por tanto el receptor no está al mismo nivel que el emisor y carece de verdadera posibilidad de respuesta en ese proceso comunicativo. (Ossorio, 2013)

Fútbol en Colombia

Los antecedentes históricos sobre cuándo y cómo inició el fútbol ha sido muchas veces motivo de polémicas, ya que no se sabe con certeza, debido a la falta de registros escritos y cronológicos. De hecho, los barranquilleros y los bogotanos se disputan el origen del fútbol colombiano; sin embargo, se cree que el fútbol llegó a Colombia en 1892 gracias

al coronel Henry Rown Lemly, quien para la época era el director de la escuela militar. El coronel implementó el juego y estableció las reglas de acuerdo al reglamento inglés, el cual fue difundido a través de un diario de Bogotá llamado “El Telegrama”. El 22 de junio del mismo año se organizó el primer partido entre dos equipos de la Escuela con un público no muy numeroso. En esos primeros años, el fútbol no despertaba ningún tipo emociones, ya que las personas de la época estaban interesadas en las artes y el ciclismo.

En 1902, al finalizar la guerra de los mil días, los hermanos Joaquín y Tomás Samper Brush, junto a Álvaro Uribe, tomaron la iniciativa de organizar el Polo Club de Bogotá como una iniciativa de paz. En el mismo año regresaron a Bogotá procedentes de Inglaterra los hermanos José María y Carlos Obregón, quienes propusieron implementar el fútbol en el club, en un principio el fútbol era catalogado como salvaje y brutal y se consideraba que no era apto para las mujeres ya que se creía que los jugadores se vestían de manera irrespetuosa.

El primer equipo de fútbol fue organizado por Pepe Child y Pepe Montoya. Poco tiempo después el balompié fue implementado en los colegios de mayor prestigio en Bogotá. El 7 septiembre de 1902 se fundó el Football Club, en donde se enfrentaron los equipos blanco y rojo en medio de una multitud de asistentes. Ese fue el primer partido que se narró en la historia de Colombia por el redactor Téller en el periódico Nuevo Tiempo.

En ese entonces el tiempo del encuentro era acordado por los equipos. Si terminado el tiempo reglamentario ninguno de los equipos lograba ganar se debía jugar nuevamente otro encuentro y así sucesivamente hasta que alguno de los dos equipos quedará vencedor. Ese primer partido se tuvo que jugar tres veces y para el último encuentro la ciudad ya se encontraba dividida entre hinchas de rojos y blancos, además el encuentro estaba siendo animado por cientos de espectadores. (Ruiz, 2014)

Por su parte, la versión barranquillera sostiene que gracias a la posición geográfica y estratégica el fútbol llegó gracias a marineros ingleses que luego de dejar en el puerto la carga se preparaban para jugar al fútbol. Otra teoría afirma que fue gracias a los empleados británicos en las construcciones de redes ferroviarias y de carreteras que en tiempos libres les gustaba jugar fútbol además para completar los jugadores necesarios hacían partícipes a los barranquilleros.

El primer partido se jugó el 6 de agosto de 1904; uno de los equipos vestía camisetas de color blanco con rojo y pantaloneta azul y el otro equipo camiseta blanca con pantaloneta roja. Pero ahí no para la controversia, ya que los pastusos también insisten en que el fútbol llegó a Colombia por sus puertas, más exactamente en 1909 gracias a un comerciante inglés de sombreros que llegó a pasto y con él trajo balón.

Lo que sí se tiene claro es que los barranquilleros fueron los primeros en organizarse, ya que discutieron el reglamento del fútbol para luego redactarlo y darlo a conocer. Pronto empezó a crecer la curiosidad por los habitantes de los barrios de Barranquilla, al punto que empezaron a crear equipos de fútbol para participar en el primer torneo interbarrios. (Ruiz, 2014)

Nacimiento de los clubes colombianos

En 1912 llegaron a Cali hombres que se habían preparado en Inglaterra, los cuales tenían la idea de fundar en dicha ciudad un club deportivo con especialidad en fútbol. Luego de discutir el reglamento, uniformes y campos de juego fundaron el Cali Football Club, que hoy se conoce como Deportivo Cali.

Para el año de 1913 nace el que Deportivo Independiente Medellín, que contaba con la participación de grandes figuras de la sociedad de aquel entonces. Las primeras prácticas del equipo se realizaban en un pastizal donde el equipo logró despertar afición por los asistentes. El equipo representó a la capital antioqueña en los primeros Juegos Nacionales celebrados en Cali entre finales de 1928 e inicios de 1929. (Ruiz, 2008)

A finales de 1923 nació el Juventud Infantil, primer equipo barranquillero, luego de numerosas reuniones en las que se buscaba darle estabilidad a un equipo que representara a uno de los barrios más importantes de Barranquilla, el barrio San Roque. Así, a los demás equipos poco a poco se vincularon aquellos que ya mostraban interés por el fútbol.

El América de Cali para el año de 1925 tenía el nombre de Racing Club, al igual que el conjunto argentino, y no se sabe con exactitud en qué mes se fundó. Se dice que fue entre febrero y noviembre, lo que se confirmó al escuchar un casete grabado con información del club por Hernán Zamorano, quien fue el primer presidente del América. (Ruiz, 2008)

Para inicios de los años 30 existía un equipo llamado Boca Juniors de Cali, que logró gracias a su juego impresionar a muchos especialmente de las clases más populares de Cali. “Se decía que el Deportivo Cali era de gente rica, América de la clase media y Boca era el símbolo de la hinchada popular” (Ruiz, 2008)

Uno de los clubes más importantes actualmente en Bogotá nació el 28 de febrero de 1941 y aunque hubo años atrás un equipo que se llamaba Club Santa Fe, el conjunto creado en ese año no tenía absolutamente nada que ver con el que para los años cuarenta se llamara Club Independiente Santa Fe, fundado por estudiantes del Gimnasio Moderno. En sus inicios el uniforme del conjunto capitalino era azul, pero años más tarde decidieron tomar los colores del Arsenal de Inglaterra: es decir, rojo y blanco.

Tres años más tarde aparecería el Deportivo Pereira gracias a un capitán de la Policía que era aficionado al fútbol y que reconoció las cualidades de diferentes jugadores que individualmente se destacaban. Él decidió reunirlos a todos, para así el 12 de febrero de 1944 conformar el Deportivo Pereira con personal que no solo se dedicaba al balompié sino además tenía diferentes profesiones.

En 1937 un grupo de estudiantes de los colegios la Salle y San Bartolomé formaron un equipo al que llamaron Unión Juventud o Unión Bogotá y más tarde tomó el nombre de Deportivo Municipal. Los hombres a cargo del equipo tenían todas las ilusiones en el nuevo conjunto fue entonces cuando decidieron contratar a los mejores jugadores de barranquilla sino además realizaron contrataciones de Argentina, lo que no fue muy bien visto por el que para la época era el director deportivo del Tiempo, quien publicó en la sección de deportes “Los Municipalistas son ahora Millonarios”. El conjunto empezó a jugar con ese nombre y el 18 de junio de 1946 en la notaria tercera de Bogotá se firmó la constitución del Club Deportivo Los Millonarios. (Ruiz, 2008)

Atlético Nacional no siempre se llamó de esa manera. En sus inicios era un conjunto de segunda división llamado el Unión FBC, creado en 1935, que gracias a su desempeño logró ascender. El 30 de abril de 1947 se creó el Atlético Municipal que buscaba promover el deporte en Medellín y para el año de 1950 los dos equipos se fusionaron conformando el nuevo conjunto llamado Atlético Nacional. El equipo cambió el nombre gracias a uno de los dirigentes que consideraba que este ya se había nacionalizado porque lo conformaban jugadores de todas partes del país. (Ruiz, 2008)

Liga de fútbol

Se reflejaba en Colombia el entusiasmo por el fútbol pero aún faltaba organización. Fue entonces cuando en 1924 dirigentes barranquilleros decidieron crear el 12 de octubre la Asociación Colombiana de Fútbol, que en un principio se conoció como Liga de Fútbol. Todo fue un éxito y el reconocimiento definitivo llegó el 8 junio de 1936 con la Resolución N° 72 firmada por el entonces presidente de la República, Alfonso López Pumarejo. Sin darle largas al asunto, la Asociación Colombiana de Fútbol solicitó el reconocimiento internacional a la FIFA y a la Conmebol, el cual fue otorgado el mismo año. (Ruiz, 2008)

Dimayor

La División Mayor del fútbol colombiano se fundó el 7 julio de 1948 gracias a la necesidad de organizar el fútbol en Colombia y que todos los equipos se rigieran por las mismas normas. Para ese año se organizó el primer torneo profesional, pero no fue tan sencillo organizarlo, ya que había muchas opiniones sobre quiénes serían los dirigentes, el recaudo, los estadios, las fechas, etc. Finalmente se eligió a Bogotá como sede oficial de la Dimayor y se determinó que hasta el 10 de agosto los clubes se podían inscribir. Para hacerlo debían cumplir con ciertas exigencias, como que tuvieran en nómina 16 jugadores, y que estos tuvieran ficha, pase y contrato.

“Para el primer torneo profesional se inscribieron un total de 252 jugadores de los cuales actuaron 222 así: colombianos 182, argentinos 13, peruanos 8, costarricenses 8, uruguayos 5, chilenos 2, ecuatorianos 2, un dominicano y un español” (Ruiz, 2008)

El primer partido del fútbol profesional se jugó el 15 de agosto 1948 en la cancha hipódromo de Itagüí a las 11 de la mañana. El encuentro fue entre Atlético Municipal y la

Universidad de Bogotá, en donde los antioqueños se llevaron el triunfo con un marcador 2-0. (Ruiz, 2008)

Primer seleccionado nacional

En 1937 la ciudad de Cali cumplía 400 años y por supuesto había que festejarlos por todo lo alto, así que se organizaron diferentes eventos para la celebración, entre ellos eventos deportivos. El fútbol era uno de los espectáculos centrales del evento por lo que invitaron a equipos de fútbol de diferentes partes del mundo, y para hacer el evento más distinguido decidieron jugarlo por nacionalidades. Sin embargo, para ese entonces Colombia no tenía equipo representante, por lo cual los dirigentes decidieron realizar una convocatoria donde seleccionaban a los mejores jugadores para que representaran al país en las competencias con los equipos internacionales.

Fútbol colombiano y el narcotráfico

En los años 70 el narcotráfico aparece en Colombia debido a una crisis económica que fue aprovechada por algunos personajes que pretendían conseguir dinero fácil por medio de la producción, distribución y exportación de alucinógenos, en primer lugar marihuana y después cocaína. Luego del auge del negocio y de empezar a ganar grandes sumas de dinero, dichos personajes se dieron cuenta de que la mejor manera de generar impacto era penetrar algunos sectores de la sociedad, como el fútbol, además de hacerse amigos de los ricos y adinerados de la época, que eran los dueños de los equipos de fútbol. No obstante, querían más, y la mira estaba puesta en adueñarse de los clubes más grandes y populares del país.

Uno de los primeros hechos relacionados entre el fútbol colombiano y el narcotráfico ocurrió el domingo 1 de diciembre de 1981 en un partido en el estadio Pascual Guerrero, de Cali, entre América y Nacional. Mientras se jugaba el partido una avioneta sobrevoló el escenario deportivo y de un momento a otro comenzaron a caer de ella papeles blancos con el mensaje MAS (Muerte A Secuestradores). El MAS fue el primer grupo paramilitar del país y se presenta en sociedad en el fútbol. (Pino, 2012)

El 21 de octubre 1983 el Ministro de Justicia de la época, Rodrigo Lara Bonilla, citó a una rueda de prensa para decir que equipos como América, Millonarios, Pereira, Nacional, Santa Fe y Medellín tenían vínculos oscuros y de dudosa procedencia. Esa fue la primera vez que se habló de narcotráfico y narcotraficantes en Colombia.

Independiente Medellín pertenecía a Héctor Meza, quien era narcotraficante y fue asesinado. A él lo reemplazó Darío Ocampo, que tuvo que salir del equipo y fue reemplazado por Pablo Correa, quien también estaba vinculado al narcotráfico. Esa sombra permaneció en el equipo durante varios años, ya que en 2012 fueron arrestados Rodrigo Tamayo y Mario de Jota Valderrama, quienes fueron dirigentes del equipo y estuvieron vinculados con lavados de activos y negocios ilícitos con el paramilitarismo. (Pino, 2012)

Desde 1962 Atlético Nacional era propiedad de Hernán Botero Moreno, quien pertenecía a una de las familias más prestantes de Medellín. Botero Moreno era un gran empresario que empezó a delinquir con el lavado de activos utilizando las casas de cambio que tenía en la ciudad. Eso provocó su extradición en 1985. Luego de eso el equipo pasó a manos de Octavio Piedrahita, quien era dueño también de Deportivo Pereira. Piedrahita fue asesinado por venganzas de organizaciones criminales.

En 1982 en Millonarios, que era propiedad de la familia Pulido, aparece la figura del jefe paramilitar del cartel de Medellín, Gonzalo Rodríguez Gacha, quien aprovecha la

crisis económica del club para inyectar grandes sumas de dinero y empezar a manejar la institución a través de sus testaferros.

Por su parte, Independiente Santa Fe pertenecía a familias prestantes de alta sociedad bogotana, y el grupo INVERCA de Cali llegó para aportar dinero al club. Detrás de INVERCA estaba Phanor Arizabaleta, quien a su vez era socio y mano derecha de los hermanos Rodríguez Orejuela jefes del cartel de Cali. (Pino, 2012)

América de Cali, entre tanto, era un equipo chico hasta que en 1978 gracias a los dineros de los hermanos Rodríguez Orejuela, jefes del Cartel de Cali, empezó a contratar grandes figuras de Colombia y Suramérica para lograr títulos y ser protagonistas en el continente.

Como se puede apreciar los narcotraficantes se apoderaron de los clubes más grandes del país, América, Nacional y Millonarios, con lo cual los partidos que disputaban entre ellos se convertían en juegos donde se arriesgaba más que los puntos, ya que se hacían apuestas y se manejaban grandes sumas de dinero.

En 1989 el árbitro Álvaro Ortega fue asesinado por orden del cartel de Medellín luego de pitar un partido en el estadio Atanasio Girardot entre Medellín y América, por lo cual la Dimayor toma la decisión de suspender el campeonato de ese año en un hecho sin precedentes en la historia del fútbol colombiano. (Pino, 2012)

Así como los anteriores casos hay otros clubes que también tuvieron vínculos con actividades ilícitas relacionadas con el narcotráfico y que les afectó su estabilidad económica financiera y deportiva, como Cortuluá, Unión Magdalena y Envigado. (Pino, 2012)

En 1994 Colombia pasaba por uno de sus momentos más difíciles. La mafia se disputa el control del narcotráfico, los carteles de Medellín, Cali, el norte del Valle y los

grupos paramilitares iniciaban una guerra por el dominio del mercado y el país vivía uno de sus peores momentos. Sin embargo, la Selección Colombia hacía sonreír al país con sus logros.

Aquel 5 de septiembre de 1993 quedará por siempre en la mente de colombianos. Se disputaban las eliminatorias para el Mundial Estados Unidos 94: colombianos y argentinos se dieron cita en Buenos Aires en el estadio Monumental, donde la Selección que dirigía Francisco Maturana conformada por Carlos “El Pibe” Valderrama, Faustino Asprilla, Leonel Álvarez, Fredy Rincón y entre otros, golpearon 5-0 a los locales que llevaban seis años invictos en casa. (Diario Popular, 2002)

Para la época era común que los carteles de la droga realizaran apuestas a favor de los equipos de fútbol, de un resultado o de un jugador, en las que se involucraba grandes sumas de dinero. La Selección Colombia tenía los ojos de cientos de personas encima, que vigilaban constantemente a los jugadores que habían sido capaces de golpear a los albicelestes, por lo que se convertían en el conjunto favorito para ganar la Copa del Mundo

Inició el Mundial de Estados Unidos, en junio de 1994, y los logros de Colombia no se veían. La selección empezó a perder y las amenazas a Maturana no se hicieron esperar. Corría el Mundial y La Tricolor se preparaba para enfrentar al local, en el estadio Pasadena. Transcurría el minuto 35 cuando al intentar cortar un centro, el defensor Andrés Escobar hizo un autogol, el partido terminó 2-1 y el triunfo fue para Estados Unidos. Colombia quedó eliminada del Mundial.

Al regresar el combinado nacional al país, los jugadores evidenciaron el ambiente tenso que se vivía. Maturana advirtió a los jugadores que era mejor que todos se quedaran en sus casas teniendo en cuenta la situación.

Habían pasado ya 10 días desde aquel encuentro, y el 2 de julio los medios de comunicación registraban el asesinato de Andrés Escobar en el estacionamiento de un bar en Medellín, donde el defensor central pedía respeto a Pedro y Santiago Gallón, quienes reclamaban al jugador el autogol que había marcado frente a Estados Unidos, cuando Humberto Muñoz, escolta de los Gallón le propinó a Escobar seis disparos. (Gómez, 2014)

Fútbol femenino

En 1970 las mujeres colombianas ya practicaban el fútbol, aunque no lo hacían de manera formal. Eran muy pocas las que se interesaban por este deporte. En años 80 la FIFA promovía la idea del balompié femenino, y para el año de 1998 Colombia tuvo la primera participación internacional reconocida al ser parte del Campeonato Sudamericano Femenino que se llevó a cabo en Mar del Plata, Argentina. Para ese entonces las ‘chicas súper poderosas’, como se le conoce en el país hoy en día al seleccionado femenino, no lograron una buena actuación ya que la mayoría de los equipos participantes contaban con mayor experiencia, lo que provocó que se notara una gran desventaja dentro de la cancha y que en uno de los encuentros las brasileñas las golearan 12-1.

Para inicios del siglo XXI en los diferentes colegios y universidades del país se veía el interés del género femenino por practicar el llamado ‘deporte rey’, lo cual fue fundamental para que la Federación Colombiana de Fútbol, Fedefútbol, empezara a pensar en su consolidación y generara gran expectativa gracias a las becas por rendimiento

deportivo que otorgaban, contribuyendo a la formación y fortalecimiento de la selección femenina de fútbol en Colombia. (Carambula, 2010)

En el 2003 las jugadoras colombianas participaron en el Sudamericano que se disputó Lima, donde lograron obtener buenos resultados que les dieron el tercer puesto en la final del torneo; sin embargo, en el último partido las brasileñas golearon una vez más a las colombianas, esta vez por marcador de 12-0.

Para muchos que no confiaban tanto en la actuación de la selección femenina de fútbol es difícil reconocer que mientras la selección masculina pasaba por uno de sus peores momentos, las mujeres se destacaban y ganaban reconocimiento a nivel internacional (Díaz, 2010)

Resulta algo irónico, pero a un Mundial Femenino clasificamos antes de que volviéramos a uno de varones. Es más, lo mismo pasó con el fútbol olímpico. Mientras las selecciones masculinas habían tenido una tendencia a la baja en los últimos años, hasta el resurgir que se vive bajo el comando de José Pékerman, ellas han sacado la cara por Colombia con títulos y figuraciones destacadas en todas las categorías (Pino, 2015)

La selección Colombia masculina recibió 14 millones de dólares por parte de la FIFA por llegar a cuartos de final en la Copa de Mundo Brasil 2014. Sus jugadores son profesionales y la mayoría de ellos trabajan en clubes en el exterior, en donde reciben por su trabajo un sueldo que en muchos casos escandaliza.

Pero el panorama en la selección femenina es muy diferente. Muchas de las jugadoras destacadas de las que habla el periodista Alejandro Pino tienen que tener un trabajo adicional para poder solventar sus gastos y los de sus familias, ya que por representar al país no reciben ningún tipo de compensación económica, y en ocasiones

hasta deben arriesgan sus trabajos adicionales para representar a Colombia, un país que no reconoce el esfuerzo y dedicación de las ‘chicas superpoderosas’. (Rincón, 2015)

“Algunas pierden sus trabajos por venir a la Selección a defender un País que no nos apoya, Ser mujer y jugar fútbol es un pecado en este país, Sin tener nada aquí hemos hecho grandes cosas en el exterior y eso ha hecho que la gente se fije en nosotras”
(Rincón, 2015)

Y es que la falta de apoyo no solo ha sido a nivel económico, sino en el aspecto emocional. Cuando la Selección Colombia femenina juega, los canales no se pelean por los derechos de transmisión, y si algún medio lo hace seguramente no tendrá el rating más alto. Los hinchas colombianos no usan sus camisetas, banderas para salir a las calles y mostrar el apoyo a su selección, ese día seguramente muchos ni saben que once mujeres están representando al país.

Pero la lucha por ser valoradas y reconocidas por su trabajo empezó hace mucho tiempo cuando nadie creía en ellas y muchos solo se dedicaban a criticarlas por ser mujeres que estaban rompiendo estereotipos al jugar un deporte hasta entonces practicado solo por hombres, el fútbol.

Lo más difícil es que pasará mucho tiempo antes de que la situación en el fútbol femenino cambie, ya que primero debería existir una liga de fútbol femenina y para que eso suceda se necesita de una inversión económica grande, pero aun así no es un negocio rentable debido a la falta de interés por el fútbol femenino en un país como Colombia.

(Rincón, 2015)

Quizá aún falta mucho tiempo para lograr que en un país como Colombia se reconozca igualmente los triunfos de la selección femenina y masculina. Y más que calificar si la actuación es bueno o mala, se trata de reconocer que son deportistas que entregan todo de sí mismas para representar de la mejor forma posible a toda una nación, por lo que merecen el apoyo y reconocimiento que hasta ahora solo se le da al fútbol masculino.

Periodismo deportivo

En Colombia ha sido difícil el camino para lograr el reconocimiento y la credibilidad para el fútbol femenino, no solo en el campo de juego sino también en la participación y generación de contenido. Desde los años 60 la mujer dio sus primeros pasos en el periodismo deportivo en Colombia, y a partir de entonces cada vez más son más mujeres que se atreven a incursionar en este medio.

“La clave principal es tener credibilidad para transmitir la información, es encontrar un estilo propio para marcar diferencia con las demás mujeres periodistas deportivas, hablar como una mujer que sabe de fútbol y no pretende ser como una mujer que habla como un hombre”, cuenta Andrea Guerrero, reconocida periodista deportiva colombiana. (Unisabana, 2013)

Para Liliana Salazar, de amplia trayectoria en los medios de comunicación, ni en el medio ni en la vida hay limitaciones: *“Las limitaciones solo están en la cabeza”*, comenta, agregando además que las mujeres tienen ventajas frente a los hombres en el periodismo

deportivo: *“Nos atrevemos a preguntar cosas que los hombres quizás no. Le damos más sensibilidad al tema más allá del resultado”*. Sin embargo, para ella hay un tema en el que se considera “machista”: la narración deportiva: *“A mí me gusta que me narre y me comente un partido, un hombre”*. (Salazar, 2012)

Es así como las mujeres vienen demostrando que no solo los hombres pueden ser exitosos en el periodismo deportivo. No obstante, y a pesar de ello, aún hoy son muchas las personas que consideran este deporte como exclusivo para hombres, incluso no apoyan ni reconocen a las mujeres como deportistas, periodistas, comentaristas en cuanto al fútbol se refiere.

A pesar de las dificultades por las que ha tenido que pasar la mujer para llegar a ser reconocida en diferentes aspectos tanto sociales, políticos, económicos y laborales, hoy su lugar dentro de la sociedad ha sido reconocido por su buen desempeño, entrega y responsabilidad, no solo por su belleza. Y es gracias a esto que poco a poco la mujer ha ido ganando espacios que por mucho tiempo fueron estigmatizados como labores exclusivas del género masculino, como lo ha sido el ejercicio del periodismo deportivo. Sin embargo, para muchos este panorama sigue siendo un ideal pero no una realidad.

“La mujer sigue siendo identificada por su cuerpo, sus relaciones, su belleza y destacan aquellas que posean estas cualidades, aunque carezcan de poca formación y de poca inteligencia o agudeza para determinada labor” (Villegas, 2007)

El autor español resalta en uno de sus trabajos un informe elaborado por el instituto de la mujer del ministerio de asuntos sociales donde destaca que *"la imagen del hombre representa la autoridad, la sabiduría y la experiencia, así como las grandes realizaciones y profesiones que les corresponden a ellos"* (Villegas, 2007)

Según Juan Carlos Suárez, en el tema deportivo el género femenino *"ha ido adquiriendo más reputación, pero las mujeres están aún en un segundo plano. Según el mismo estudio, solo un 3,92 nominaciones corresponden a mujeres en esta sección frente al 90,82 de los hombres"* (Villegas, 2007)

Por su parte, la Mexicana Ruth Covarrubias, en su investigación 'El ejercicio profesional de la mujer dentro del Periodismo Deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco', destaca que *"Existen mujeres que gustan y se apasionan por los deportes, y luchan por demostrar que no sólo gustan de ellos, sino que también los entienden y tienen las mismas capacidades para ejercer esta profesión"* y reflexiona acerca de la lucha constante del género femenino en el tema deportivo: *"A pesar de que la inclusión de la mujer en el ámbito del periodismo deportivo aún sigue siendo un problema en algunos medios, la mujer ha luchado por incursionar en esta área desde hace varias décadas."* (Covarrubias, 2009)

Entre tanto, la autora cubana Gladys Caridad Seguí León, plantea que en diferentes ámbitos a nivel social, la labor de la mujer aún es limitada:

"Existen esferas aún dónde la mujer no ha podido desempeñarse en reales condiciones de igualdad. Una de estas pocas esferas es el ejercicio del periodismo"

deportivo y muestra de ello, es no sólo la cantidad de estereotipos que rodean la profesión, el trabajo que pasan estas mujeres para llegar a ejercer, aún no existe en el país ninguna mujer narradora y de once mujeres que se dedican a informar sobre deporte, sólo lo hacen exclusivamente como periodistas deportivo dos de ellas”
(León, *La mujer cubana en el ejercicio del periodismo*, 2011)

Pero para aterrizar la investigación y el análisis al entorno colombiano, es importante destacar a las pioneras en el periodismo deportivo y mencionar a la primera mujer que en un país donde solo hombres hablaban de fútbol se atrevió a dar el primer paso que muchas mujeres seguirían con el pasar de los años. La periodista Margot Ricci, en los años 60, escribía para la Revista Cromos la sección “Margot al ataque”; fue precisamente allí donde realizó un análisis de la selección brasilera de fútbol que se preparaba para el Mundial de México 1970, siendo esta la primera investigación del balompié realizada por una mujer.

Luego de Ricci serían muchas las mujeres que siguieran sus pasos. Por ejemplo, en uno de los periódicos más reconocidos del país, ya se veía a Clemencia Medina como una referente en cuanto a periodismo deportivo. Para los años setenta Blanca Luz Uribe, Marta Herrera y Olga Behar se convirtieron en mujeres admiradas en los medios de los que hacían parte como Telediario, Cinevisión y 24 Horas. Marta Herrera trabajó como directora de deportes del noticiero “TV Hoy” y estuvo a cargo de diversas producciones para Colombia como los Juegos Olímpicos Barcelona 92, Copas Libertadores del 93 y 2000, Panamericanos de Río 2007 entre otros. Blanca Luz Uribe trabajó como jefe de prensa del Club Millonarios, en donde obtuvo mayor reconocimiento. (EQUINOXIO, 2009)

Durante el transcurso de los años muchas mujeres han seguido este largo camino destacándose en su trabajo, como Claudia Helena Hernández que ha trabajado por muchos años como reportera para RCN Radio y hoy hace parte de AS Colombia. Vivian Murcia ha representado el género femenino en diferentes cadenas radiales en Cali y en Radio Súper. Es así como cada día crece en las mujeres el amor por el deporte y el periodismo para seguir con la lista de mujeres destacadas se encuentran entre las más reconocidas Jenny Gámez, editora de deportes del periódico ADN en Bogotá; Andrea Guerrero, presentadora de Noticias RCN y ESPN; Liliana Salazar, periodista de Win Sports; Johana Palacios, en Canal Capital; Vanessa Palacio, en Claro Sports y Caracol Radio; Angélica Camacho, en Claro Sports; Lina María Posso, en City TV; Olga Lucía Barona, editora de deportes de El Espectador, y Sheyla García, reportera de Win Sports, entre otras. (EQUINOXIO, 2009)

Como es evidente cada día crece más la cantidad de mujeres que incursionan en los medios de comunicación demostrando su amor por el deporte y además evidenciando que su condición de ser mujer no incide para nada en su profesión y que por el contrario estas mujeres son muestra del gran profesionalismo y dedicación.

“Me siente honrada y privilegiada por ver cómo las mujeres han progresado y se han ido involucrando en los deportes, porque tienen las capacidades y porque el público le gusta verlas haciendo lo que supuestamente era para hombres” (Unisabana, 2013)

Capítulo III Programas

Fútbol con ojos de mujer

Historia y estructura

Fútbol con Ojos de Mujer nació en un principio como una idea para presentar un trabajo de la universidad por un grupo de trabajo de cuatro mujeres para la materia producción de televisión en cuarto semestre en 2012. El grupo de trabajo estaba conformado por Ángela Arias, Lady Medina, Jeimmy Guzmán y Diana Jiménez, todas ellas estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Minuto de Dios, sede Soacha

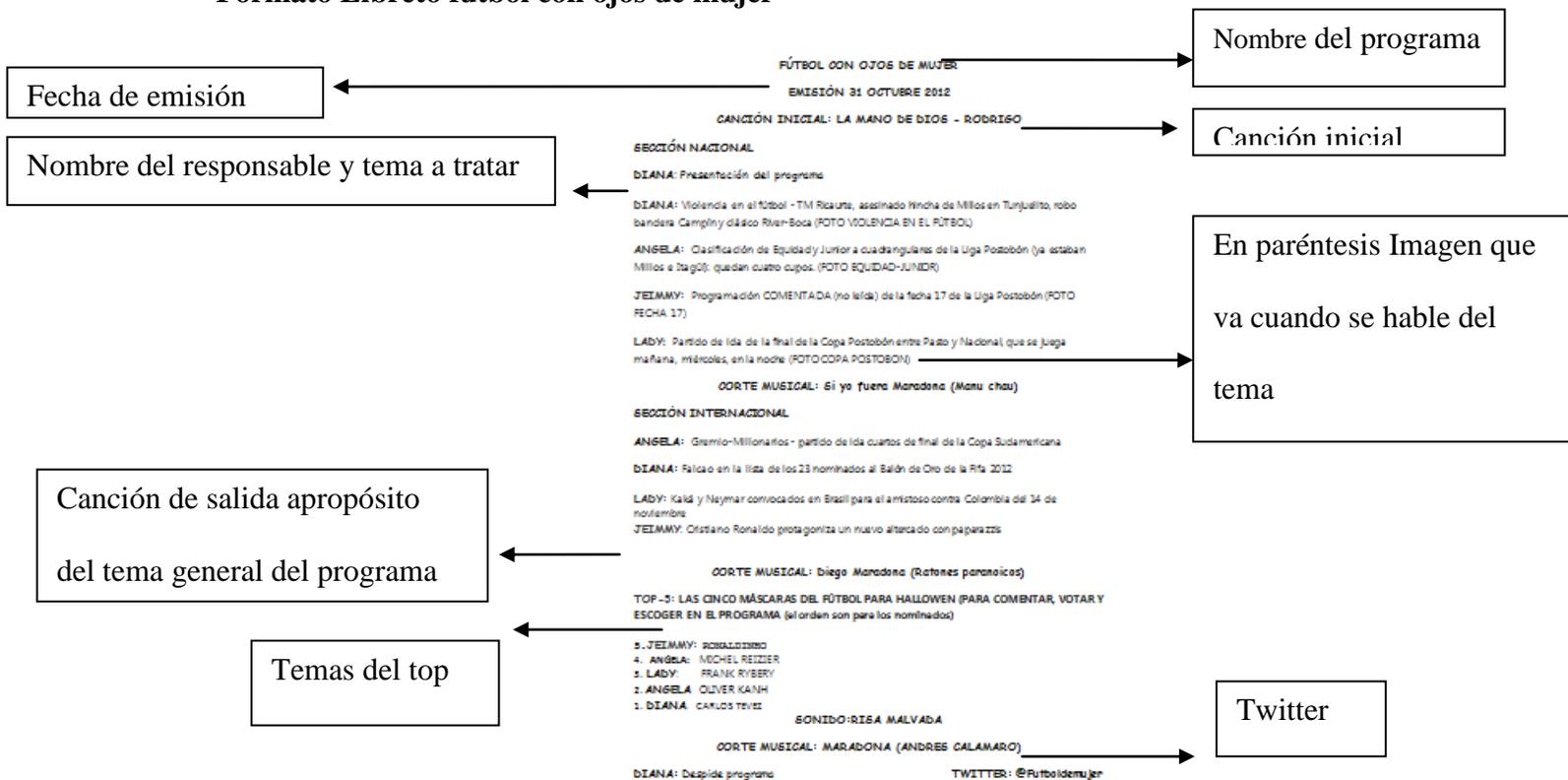
Para ese momento el profesor que dictaba la materia era el hoy director de la universidad, Carlos Rodríguez, quien además dirigía la emisora virtual Sonido Público, la cual estaba en proceso de crecimiento y estaba necesitando programas para llenar su parrilla de contenidos. El mencionado profesor, luego de ver el trabajo realizado en clase y darse cuenta del entusiasmo de sus estudiantes, decidió darles la oportunidad para que el programa no quedara solo como un trabajo académico, sino que además trascendiera e hiciera parte de la emisora Sonido Público.

El programa inició en abril de 2012 y en un principio se emitía los lunes en un horario de 9 a 10 de la noche, con una duración de una hora. El horario era organizado para que no interfiriera con las clases de la universidad. Más adelante se modificaron los horarios y el programa pasó a ser emitido los días jueves entre 9 y 10 de la noche, además una de las presentadoras, Jeimmy Guzmán, no continuó en el proyecto.

Diana Jiménez era la conductora del programa y la persona encargada de definir los temas a tratar, hacer los libretos, el máster y definir las canciones que iban en los cortes musicales, así como la toma de decisiones en cuanto a cambios y lineamientos del programa.

El programa contaba con una duración de una hora distribuida en tres secciones así: sección nacional, en donde se destaca la información del fútbol local. Sección internacional, que hace referencia al fútbol del exterior y la actuación de los jugadores colombianos que actúan en clubes del balompié internacional. Y la última sección llamada ‘El Top-5’, que intentaba divertir al ciberoyente y cibertelevigente, con curiosos, cómicos y creativos listados, rankings o conteos.

Formato Libreto fútbol con ojos de mujer



La directora era quien debía hacer llegar el libreto a las demás presentadoras por correo por lo menos un día antes del programa para que ellas pudieran investigar los temas a tratar. Cuando se trataba de ocasiones especiales, como Navidad o Halloween, se preparaban programas especiales que incluían también vestuario de las presentadoras y escenografía adecuada a la ocasión.

Para la ejecución del programa era necesaria una persona que manejara el máster durante la emisión del programa. Mayron Ramírez, un compañero de la universidad de las presentadoras, era quien colaboraba desempeñando esa labor, que más adelante fue reemplazado por Liced Quevedo, también estudiante de Comunicación Social y Periodismo, quien, al igual que todo el equipo, no tenía retribución económica. Sin embargo, a la persona encargada del máster se le ayudaba económicamente para el transporte. Este dinero era una contribución especial de las personas que hacían parte de Fútbol con Ojos de Mujer. Todos los elementos y cosas que se necesitaran para el programa corrían por cuenta de cada una de las integrantes.

El logotipo del programa fue definido por la directora gracias al apoyo del profesor Alejandro López, quien también hacía parte de la emisora, y al de algunos estudiantes de comunicación gráfica, quienes realizaban sus prácticas en la emisora virtual Sonido Público. Gracias a ellos las ideas se hacían realidad; no solo con el logotipo, la ayuda también fue con cada una de las cortinillas que los diseñadores gráficos entregaban para el contenido del programa.

El slogan del programa es, “Fútbol con ojos de mujer, la mirada femenina del deporte Rey”, y la canción con la cual se identificaba al programa era “gol de mi corazón” de la agrupación colombiana Doctor Krápula

Fútbol con Ojos de Mujer le apostaba a un formato creativo y original que no pretende mostrar la información tradicional, común y corriente que se puede encontrar en cualquier otro programa deportivo. Por el contrario, intentaba mostrar temas de interés con un enfoque dinámico y divertido que lo hace diferente y atractivo.

Pero, ¿qué hacía original y creativo al programa? En Colombia existían pocos programas de fútbol conducido y presentado por mujeres. El formato del programa, más que ser informativo, era tipo magazine y buscaba debatir diferentes temas y puntos de vista para representar a las diferentes mujeres y las posibles posiciones que cada una de ellas pueda tomar frente a una temática.

Durante el programa existían tres cortes musicales, en los que las canciones eran escogidas según la temática tratada en cada programa. Por ejemplo, para el cumpleaños de Diego Maradona, los cortes musicales eran canciones que diferentes artistas le habían compuesto al exjugador argentino.

Y la creatividad aumentaba en el *top 5*, donde en cada programa se intentaba llamar la atención de los espectadores con ideas fuera de lo común. Por ejemplo, en uno de los programas el *top 5* se realizó sobre los extraños patrocinadores de los clubes en el mundo, en otra ocasión se tocó el tema de los escándalos del ‘Tino’ Asprilla. En otra oportunidad los nombres más cómicos de los futbolistas, etc. Para finalizar el programa Lady Medina, una de las presentadoras, siempre mencionaba una frase memorable de algún jugador, técnico o personaje relacionado con el fútbol.

Finalmente, las tres presentadoras se despedían de la audiencia recordando el nombre del programa al tiempo y en coro. Todo lo anterior hacía que, ‘Fútbol con Ojos de Mujer’ fuera un programa divertido, único, diferente y original.

En un inicio el programa no contaba con mucha audiencia, pero con el transcurrir de los días poco a poco fue creciendo gracias a las redes sociales, en especial a la cuenta oficial en Twitter, @Futboldemujer. A través de ella más personas conocieron y se interesaron por el proyecto.

El Twitter era manejado por las mismas presentadoras. Antes de iniciar el programa se avisaba a los tuiteros para que estuvieran pendientes y a medida de que avanzaba el programa se iba comentando lo que sucedía. De esa misma forma se pudo conocer que no solo tenían audiencia colombiana, sino también en otras partes del mundo. Igualmente se vio la necesidad de crear un Fanpage en FaceBook, que se llama igual que el programa, para no solo publicar el contenido, sino fotos, noticias, links de interés e información de las presentadoras.

Para mediados de 2013 finalizó el programa debido a que la emisora Sonido Público iba a ser reestructurada. A pesar de ello las redes sociales del programa aún siguen funcionando y la cuenta de Twitter actualmente cuenta con cerca de 600 seguidores

Conclusiones y aprendizajes

Son muchos los aprendizajes que se lograron durante y después del programa. Por ejemplo: en un inicio se planteó el formato como informativo, pero más adelante el grupo de trabajo se dio cuenta de que no era lo que se buscaba, ya que los resultados de los partidos se podían conocer por cualquier otro medio y la idea era salir al aire con algo

diferente. La emisión del programa era en las noches debido a que todas las presentadoras trabajaban para pagar sus estudios en la universidad, por lo que se necesitaba compromiso por parte de cada integrante para poder sacar adelante el programa ya que se debían investigar los temas para comentarlos durante la emisión.

Se aprendió sobre la importancia de planificar las cosas para que todo salga bien. Por eso siempre lo primero que se hacía era el libreto que no solo se entregaba a las presentadoras sino también al máster, para que se tuviera una guía del orden del programa. Es importante que exista una conexión, respeto y calidez en el grupo de trabajo para que sea más agradable el ambiente y se refleje en el producto al salir al aire.

A pesar de que no se contaban con los recursos técnicos apropiados, se intentaba dar el mejor uso a los equipos y así producir un programa de calidad, aunque en momentos cuando la señal de internet no era la mejor, se perdía audiencia debido a la inconsistencia de la señal. La solución en esos casos era publicar el programa a través del FanPage de Fútbol con Ojos de Mujer y/o al canal de You-Tube de Sonido Público para que las personas pudieran ponerse al día con el programa.

En general se recibieron buenas comentarios del programa; sin embargo, el reto que siempre se tenía era demostrar a los pocos que no creían en el proyecto con resultados que valía la pena y que funcionaba. El programa gustaba y estuvo al aire más de lo que se pensaba.

Finalmente fue una maravillosa experiencia, ya que para todas las integrantes del programa era la primera vez que se ponía en práctica todo el conocimiento adquirido en la universidad y las enseñanzas necesarias para ejercer la profesión por la cual se estaba trabajando, aunque siempre se tenía claro que aun faltaba mucho por aprender. Además no solo cumplían la función de presentar el programa, sino de realizar diversas entrevistas a

personajes del mundo futbolístico que sirvieron como experiencia y primeros pasos para el periodismo y el futuro. Se aprendió que todo en la vida necesita de disciplina, constancia y trabajo y que las oportunidades no se deben desaprovechar jamás. En algún momento se pensó en cambiar el escenario, ya que el programa se presentaba solamente en la emisora, pero debido a problemas económicos y logísticos no fue posible.

Fútbol y Tacón

Historia y estructura

Fútbol y Tacón es un programa de televisión emitido por el canal Claro Sports Colombia en una franja de lunes a viernes de 7 a 7:30 de la noche. Nació en el año 2011 por la necesidad de entregar noticias del mundo deportivo de una forma diferente y de una manera más *light*. El programa inició con Telmex Colombia con la presentación de Johana Polanco y Paula García. El cabezote rompió todos los esquemas de la televisión colombiana, pues se grabó toda una tarde en el estadio El Campín, de Bogotá, en el que las presentadoras aparecían vestidas de una manera muy atractiva y sensual en los camerinos y la cancha del escenario deportivo. En un principio se creó el programa para emitirlo una o dos emisiones en la parrilla de programación semanal de Telmex. No obstante, tras su rotundo éxito, después de dos meses de su lanzamiento, fue aprobada su realización de lunes a viernes, con un formato de una hora.

La producción del programa era realizada por cuatro personas encabezadas por el periodista y productor Éder Torres (hoy en Win sports), a quien se le atribuye su idea original. Su intención era que por lo menos una vez a la semana asistiera al canal un invitado de reconocimiento nacional para que hablara de su afición por el fútbol.

Para ese entonces las redes sociales no eran tan masivas como ahora, pero igual se creó una cuenta de Twitter (@futboltacon) para interactuar con los televidentes; no obstante, dicha cuenta dejó de funcionar en marzo de 2012.

Dentro de las secciones más importantes, hay que destacar la internacional, en donde se contaban noticias de los futbolistas colombianos en el exterior, así como la denominada ‘El churro o la churra de la semana’, en la que se mostraba el personaje femenino o masculino más atractivo del momento.

Al cabo de un año y medio, aproximadamente, por desacuerdos entre Telmex y la productora encargada de la realización del programa, Global, el programa pasó a ser manejado directamente por Telmex en los estudios ubicados en el sector La Macarena, en el centro de Bogotá.

Luego de un tiempo Telmex cambió a Claro y el formato del programa se renovó, dando inicio a una nueva etapa para Fútbol y Tacón. El cambio se produjo desde la imagen del producto, pues las presentadoras ahora serían mujeres más reconocidas en el medio televisivo, como Johana Uribe y Sonia Cubides, con experiencia en el mundo del espectáculo y la farándula, y admiradas por los hombres por su belleza y sensualidad.

Las nuevas presentadoras aceptaron el reto e iniciaron un proceso de capacitación en cuanto al fútbol se refiere, ya que debían tener los conocimientos suficientes para conducir el programa. Igualmente el cabezote se cambió por uno más fresco y llamativo, en el que en un camerino las dos presentadoras simulan alistarse para salir al campo de juego con un innovador manejo de cámaras que evidencia la silueta y belleza de sus cuerpos

Cambiaron igualmente las secciones del programa; ahora Fútbol y Tacón cuenta con un tema del día, una sección llamada ‘Hot Chic’, en donde se resalta la belleza de las mujeres que hacen parte del mundo futbolístico a través de fotos o videos acompañados de

música, además de una sección cuyo nombre es ‘En los tacones de Johanna o ‘En los tacones de Sonia’, dependiendo de la presentadora que realice la nota. Allí entrevistan a hombres y mujeres en espacios exteriores que de alguna manera estén ligados con el fútbol, ya sea por gusto, protagonismo u otras razones.

Cuando no se realizan notas, se hace directamente la entrevista en el estudio con un invitado que sea reconocido, ya sea periodista, actor o cantante, pero que esté relacionado con el mundo del fútbol. Adicionalmente se maneja una sección llamada ‘El perfil’, en la que se muestran los logros de los futbolistas por medio de videos y/o fotos acompañados de música.

Actualmente Fútbol y Tacón se emite de lunes a viernes a las 7:00 de la noche con repeticiones eventuales durante la semana, en el espacio de una hora, y es uno de los programas con mayor audiencia del canal Claro Sports Colombia, según Carlos González productor del programa.

Conclusiones y aprendizajes

Teniendo en cuenta que no se tuvo ninguna participación ni realización de las prácticas profesionales en ‘Fútbol y Tacón’, las conclusiones planteadas se dan desde el punto de vista analítico y de observación. Desde allí se puede concluir que es un programa que ha logrado cautivar diferentes públicos, ya que el programa está siendo emitido por Claro TV México, donde ha gustado mucho. Esto quiere decir que este tipo de formatos televisivos diferentes logran llamar la atención de la audiencia; sin embargo, podría ser mejor, para lograr captar un mayor público en Colombia.

Capítulo IV práctica profesional

Experiencia (testimonio)

En la búsqueda por conseguir un lugar donde realizar las prácticas universitarias envié la hoja de vida a recursos humanos de Claro TV Colombia, donde luego de un par de entrevistas fui aceptada. En la entrevista con el jefe de producción del canal, Cesar Díaz, mencioné la experiencia adquirida en Fútbol con Ojos de Mujer, lo cual sin duda influyó para que me fuera asignado el trabajo en el noticiero Claro Sports Noticias como asistente de producción. Ingresé el 16 de Junio de 2014 durante la realización del Mundial de Fútbol de Brasil 2014, algo importante para los que, como yo, gustan de los deportes.

En un principio mis labores estaban directamente relacionadas con la producción, pero debido a que en ese momento en el área que debía trabajar no había mucho que hacer, a los pocos días las funciones cambiaron e inicié labores en el noticiero no solo en la parte de producción, sino también en el ámbito periodístico.

El noticiero cuenta con tres emisiones principales, de lunes a viernes cada una con una duración media hora. La primera a la 1 de la tarde, la segunda a las 6:30 p.m. y finalmente a las 10 de la noche, con dos avances durante el día: el primero a las 11 de la mañana y el segundo al mediodía. A mi cargo estaban los avances, en los que debía realizar producción en el master, realizar créditos y continuidad e informar a los presentadores los temas propuestos para los avances, y para las emisiones principales debía además realizar notas, *wipes*, hacer reportería, créditos, descarga de material audiovisual, manejar el telepronter, impresión libretos, pregunta del día y redes sociales de los deportistas.

Aún no había cumplido una semana como practicante cuando gracias a la confianza del director, Mauricio Posada, que notó en mi voz las características necesarias y requeridas, se me encomendó la gran responsabilidad de leer los titulares para el noticiero, una labor que hasta ese momento ningún practicante había realizado.

Durante el Mundial los horarios que se manejaban eran extensos, de más de 12 horas, y cuando jugaba la Selección Colombia se realizaba un noticiero especial de una hora. Mientras la mayoría estaba viendo el partido el equipo de trabajo de Claro Sports Noticias preparaba todo para la emisión, sin importar si era de lunes a viernes o fin de semana. Sin embargo, al terminar el campeonato del mundo los horarios cambiaron.

Se manejaban turnos en la mañana, en la tarde y un turno intermedio. En mi caso trabajaba un turno de 8 de la mañana a 4 de la tarde, aunque nunca salía a esa hora. El tiempo se pasaba muy rápido. Y aunque todo el día corría de un lado para el otro, era muy gratificante llegar a casa con la satisfacción de aportar y aprender todos los días algo nuevo.

Debo reconocer que nunca me llamó la atención la televisión, pero cuando se presentó la oportunidad no lo dudé y ya inmersa en el medio cada día me gustaba más, además porque Claro TV es una muy buena escuela que permite realizar labores que en otras partes solo se pueden hacer si ya se es profesional. Por ejemplo, un fin de semana en el mes debía hacer reportería, sábado y domingo, cubriendo diferentes eventos deportivos.

El primer fin de semana que tuve que salir con cámara había muchas actividades deportivas, ya que se realizaba el Festival de Verano, en Bogotá. Tuve que ir el día sábado a cubrir el campeonato internacional de Sóftbol y el domingo a cubrir entrenamientos previos a la Carrera de la Mujer y la Caminata de la Mujer Avon, eventos en los que tuve la oportunidad de entrevistar a deportistas y artistas que participaban de las diferentes actividades.

Luego de hacer la reportería, el paso siguiente era llegar al canal a escribir la nota, luego leerla y paso siguiente montarla en edición y dejarla lista para salir al aire. Los practicantes debíamos mostrar al director del noticiero la redacción de la noticia para que él revisara antes de que la nota fuera editada.

En diferentes oportunidades los fines de semanas debíamos colaborar con transmisiones en vivo que realizaba el canal, como por ejemplo la Carrera de la Mujer, la Carrera de Soacha, la Vuelta a Colombia, el Mundial de Motonáutica, entre otros. Las labores dependían de lo que se necesitara para cada producción.

Descripción de funciones

Descripción de funciones realizadas		
Función	Descripción	Tiempo
Wipes	Buscar y descargar las imágenes según la continuidad que son las que se muestran en el televisor que aparece detrás del presentador	Todos los días en las tres emisiones
Créditos	Según la continuidad en bloc de notas se debían registrar todos los nombres y banners de las noticias que se darían en cada emisión	Todos los días en todas las emisiones incluyendo en los avances
Descarga de material audiovisual	Buscar videos, fotos e imágenes que sirvieran de apoyo para las notas y posteriormente descargarlos	Todos los días en todas las emisiones incluyendo en los avances
Pronter	Manejar el pronter para los presentadores	Sólo en la emisión de las 1pm
Sección trine y opine	Todos los días se debía hacer una pregunta de algún tema deportivo que estuviera en furor para que los televidentes a través del twitter respondieran	Sólo en la emisión de la 1pm

Descripción de funciones realizadas		
Función	Descripción	Tiempo
Redes de los deportistas	Buscar en la redes sociales comentarios de los deportistas que rescataran su oficio y profesión	Todos los días en las emisiones de la 1pm y 6pm
Master	Revisar que las notas para los avances estuvieran listas, los créditos e informar a los presentadores el conteo para ir al aire	Todos los días en los avances de las 11 y 12 del día
Reportería	Salir a cubrir eventos y noticias deportivas	En las tardes y una vez al mes todo el fin de semana
Notas	Redactara las noticias, leerlas, editarlas	Todos los días

Conclusiones y aprendizajes

Durante la realización de las prácticas fueron muchas las enseñanzas y aprendizajes, compartí con personas maravillosas con un gran equipo de trabajo y excelentes profesionales de los cuales aprendí muchas cosas, comprobé una vez más que como dice el dicho “la experiencia hace al maestro”, conocí deportes que ni siquiera sabía que existían y muchos otros que me parecían aburridos como el golf, ahora me parece un deporte interesante y muy respetable.

Considero que tuve la fortuna de trabajar en un programa que es emitido en vivo, ya que a pesar del estrés puse a prueba mis conocimientos y mis capacidades para lograr sacar adelante el noticiero y sobre todo para demostrar que elegí bien mi carrera.

Una de las cosas más bonitas y gratificantes fue destacar a todos los deportistas que en sus diferentes disciplinas dejan alto el nombre de nuestro país, mostrando la cara amable y las cosas bellas de Colombia, mostrando que somos un país de gente luchadora, soñadora y con lo necesario para salir adelante, unos deportistas son más reconocidos que otros, algunos hasta ahora inician, pero sus sueños son grandes, otros están en la cúspide de sus triunfos y algunos ya vivieron su momento de gloria pero aún lo recuerdan y son el referente para los que quieren seguir sus pasos, son seres humanos que enseñan que con disciplina y esfuerzo todos los sueños se pueden hacer realidad.

Cuando decidí estudiar comunicación social y periodismo una de las principales razones tenía que ver con el amor que le tenía a la escritura y a los halagos de mucha gente a la que le gustaba mi forma de escribir, pero al ingresar a la universidad hubo momentos que sentí que había perdido ese gusto, y fue gracias a mis prácticas en Claro Sports Noticias que regresaron a mí las ganas de escribir.

Capítulo V: Análisis programas

Análisis Fútbol y Tacón

En este capítulo, se realizará un análisis de los programas: Fútbol y tacón, del canal Claro Sports Colombia, y Fútbol con ojos de mujer emitido por Sonido Público, que tienen en común la inclusión del género femenino en temas futbolísticos, donde se analizarán diversos aspectos de los programas, para así poder identificar fortalezas y debilidades que contribuyan en la elaboración de la propuesta final.

Teniendo en cuenta la experiencia adquirida durante el transcurso de la carrera, las prácticas profesionales y analizando diferentes aspectos, se realizó un análisis de los dos programas descritos anteriormente: Fútbol con Ojos de Mujer I y Fútbol y Tacón, donde se concluye que en el programa de televisión realizado por Claro Sports Noticias, ‘Fútbol y Tacón’, se identificaron los siguientes elementos claves:

1. La producción es la adecuada para el formato del programa en cuanto a musicalización, temas tratados e invitados.
2. La presentación del programa evidencia estereotipos propios del género femenino ya que son dos mujeres atractivas las que conducen el programa, sin duda es un gancho para llamar la atención del televidente; sin embargo, como lo manifestaron algunas presentadoras de deportes ajenas al programa (ver entrevistas en los anexos), para que el televidente lo tome en serio y tenga credibilidad en el programa debe existir un mayor manejo de los temas propuestos y un vestuario más discreto que, además de resaltar la

belleza de la mujer, permita al televidente recibir y entender la información que es suministrada por las presentadoras.

3. Los personajes que son invitados en el estudio, que en su mayoría son periodistas, además de ser invitados, indirectamente cumplen la función de aclarar y aportar a los temas propuestos. Sin embargo, existe un factor negativo y es que en algunas ocasiones, más exactamente cuando el invitado es un periodista deportivo, se evidencia el escaso conocimiento de algunos temas por parte de las presentadoras, ya que el entrevistado tiene mayor conocimiento y experiencia.

4. Teniendo en cuenta el formato que, según sus presentadoras no solo muestra la farándula deportiva sino que además informa, es necesario que exista un mayor conocimiento de los temas propuestos y los términos propios del fútbol para que así se logre transmitir credibilidad y seguridad al televidente.

5. Algunas secciones que se manejan en Fútbol y Tacón, como *'Hot Shic'*, tienen un formato que mediante un perfil resalta la belleza de mujeres inmersas de alguna manera en el fútbol, donde nuevamente se evidencian estereotipos de género, ya que las mujeres que aparecen en esta sección casi siempre aparecen en vestido de baño, donde resaltan la sensualidad femenina. Allí solo se muestran fotos o videos acompañados de música, pero esta sección podría ser más llamativa si se realizara una nota que acompañara las imágenes y la música donde no solo se muestren mujeres ligeras de ropa, sino se rescaten los valores de las mujeres que hacen parte de la vida de los futbolistas

6. El nombre del programa "Fútbol y Tacón" definitivamente identifica a las mujeres con el fútbol pero la palabra "Tacón" genera estereotipos sobre cómo debe ser la mujer que gusta del fútbol.

Análisis Fútbol con Ojos de Mujer

En el análisis del programa ‘Fútbol Con Ojos de Mujer’, que se emitía a través de la emisora virtual Sonido Público, se identificaron los siguientes factores:

1. La producción del programa es buena en cuanto a los temas y la preparación periodística; sin embargo, existían falencias de tipo técnico en cuanto a las cámaras, la consola y la Internet, factores que en ocasiones influían en la calidad del programa y en la pérdida de audiencia.

2. Aunque el programa tenía tres secciones definidas y en algunas oportunidades se realizaban entrevistas, para el programa hubiera sido enriquecedor tener invitados en vivo en el estudio o vía telefónica.

3. La mayor fortaleza de Fútbol con Ojos de Mujer era el manejo de los temas ya que, como lo expresó su directora Diana Jiménez, sus presentadoras no pretendían ser expertas y no mostraban información que se encontrara en otros medios de comunicación, sino que buscaban temas innovadores que logran captar la atención de los espectadores.

4. El programa se realizaba en vivo con una duración de una hora semanal pero era más conocido por la constante interacción en twitter, que por la difusión del medio.

5. Por ser un programa que se transmitía por internet no existía la posibilidad de mostrar videos, razón por la cual el contenido que se mostraba se realiza básicamente a través de herramientas fotográficas, lo que generaba una desventaja visual por la imposibilidad de representar con videos lo que se quería informar, contar o compartir.

6. El vestuario de las presentadoras era el apropiado, ya que en ningún momento seguían estereotipos de belleza, solo mostraban tres mujeres diferentes con las que muchos espectadores se podrían identificar.

7. Un factor importante en Fútbol Con Ojos De Mujer era la musicalización, ya que utilizaban canciones que se relacionaban con los temas propuestos, lo cual era atractivo para el programa.

8. El nombre Fútbol con Ojos de Mujer identifica a mujeres que gustan del fútbol, pero que lo ven desde la perspectiva de la feminidad, además es incluyente ya que no especifica cómo debe ser la mujer que gusta del fútbol, es decir no genera estereotipos.

Conclusiones

A nivel técnico los programas no tienen comparación ya que Fútbol y Tacón es una producción que cuenta con el respaldo de un canal deportivo que tiene los recursos económicos para la implementación de las mejores herramientas técnicas, cosa que no se da en Fútbol con Ojos de Mujer.

Aunque los dos programas están relacionados por el gusto al fútbol, tienen un formato diferente ya que en el programa de Claro Sports Colombia busca dar mayor importancia a la belleza de la mujer que al mismo contenido, en fútbol con Ojos de Mujer en cambio se buscaba un contenido llamativo que lograra captar audiencia y que demostrara las capacidades femeninas en el manejo de temas futbolísticos.

Es evidente que los dos programas manejan un formato de negocio diferente, sonido público contaba con un enfoque más social que comercial, mientras que Fútbol y Tacón es

un programa de un canal comercial que apuesta a tener un alto rating para así tener mayor
| ganancias.

|

Capítulo VI Diseño nuevo programa

En este capítulo se pretende diseñar un programa futbolístico en el que se evidencie los aprendizajes adquiridos durante la realización de este trabajo y que muestre las capacidades que tiene la mujer dentro de los diferentes campos del fútbol, rescatando la labor dentro de la sociedad y la importancia que merece.

Fútbol con Ojos de Mujer, segunda temporada

Fútbol con Ojos de Mujer, segunda temporada, es un proyecto construido a partir de las experiencias adquiridas en el transcurso de la carrera de Comunicación Social y Periodismo, el cual pretende rescatar el trabajo periodístico que realizan las mujeres en torno al fútbol.

Históricamente la mujer ha tenido que trabajar durante muchos años para hacer valer sus derechos. Una de esas luchas ha estado relacionada con la opinión, la participación y la manera de contarle al mundo su forma de pensar, sentir y actuar.

Así como sucedió con el derecho al voto y al trabajo, hubo otras actividades tradicionalmente machistas, como el fútbol y el periodismo deportivo, en las que el sexo femenino empezó a abrirse campo.

Los programas deportivos con mujeres, hechos por mujeres y para mujeres son un ejemplo de esa reivindicación social y esa evolución de la igualdad de género es la que expone este trabajo.

La segunda temporada de Fútbol con Ojos de Mujer es una demostración de ello. ¿Por qué? Porque a diferencia de la primera temporada, este proyecto ha sido planteado

teniendo en cuenta las experiencias vividas en las prácticas profesionales, sustentado a partir de fundamentos teóricos y mejorado desde el análisis de la primera versión y de otros programas femeninos que pudieran aportarle a su fortalecimiento.

Fútbol con Ojos de Mujer, segunda temporada, llega recargado y con una propuesta novedosa y sin precedentes en la historia del periodismo y el deporte colombiano. A lo largo de los años las mujeres se han ganado un espacio en los medios de comunicación, bien sea como presentadoras, periodistas o reporteras en prensa, radio, internet o televisión; pero también como protagonistas, creadoras, invitadas y directoras de proyectos deportivos realizados exclusivamente por mujeres.

Fútbol y Tacón, el programa del Canal Claro Sports que se analizó en un capítulo anterior, es un ejemplo de esa reivindicación femenina en la prensa. También han existido otros intentos, como el que lideró hace aproximadamente una década la reconocida periodista Andrea Guerrero con su programa ‘Fanáticas por el Fútbol’, que se emitía en todo el país de lunes a viernes de 6:00 a 7:00 p.m. en la emisora Antena 2 de RCN Radio.

Sin embargo, ninguna de esas propuestas ha explorado un campo que sigue siendo ‘dominado’ por los hombres y que es en el que pretende arriesgarse ‘Fútbol con Ojos de Mujer’: la creación de un grupo periodístico deportivo femenino capaz de producir, dirigir y realizar transmisiones de partidos de fútbol, bien sea en el estadio o en un estudio de radio.

Si uno revisa los grupos de trabajo de las emisoras (Antena 2, RCN Radio Básica, Blu Radio, Q’hubo Radio, Todelar, La FM, etc.) que realizan el cubrimiento de los partidos del fútbol profesional colombiano que se disputan en el estadio El Campín, en el caso de Santa Fe y Millonarios, y en el estadio de Techo, en el caso de La Equidad, algunos de ellos cuentan o han contado en alguna oportunidad con la participación de la mujer en el

comentario en la cabina, en la reportería en la planta baja del estadio o en la voz comercial. En ningún caso una mujer ha tenido el rol de locutora del partido y, mucho menos, la responsabilidad de la transmisión ha estado a cargo solo de mujeres.

Esa es la principal novedad del regreso de ‘Fútbol con Ojos de Mujer’ que, además de darle continuidad con un renovado programa deportivo durante la semana, tenga visibilidad y protagonismo los fines de semana (o cuando haya partidos en el estadio) en el periodismo deportivo de Bogotá y de Colombia con la creación de una transmisión futbolera hecha por mujeres, desde su dirección, producción, cubrimiento periodístico, narración, estadísticas, parte técnica y voz comercial.

La idea es reunir lo mejor del talento periodístico femenino para brindarles una nueva alternativa de información, entretenimiento y cubrimiento a los aficionados al fútbol colombiano que siguen los partidos de fútbol a través de la radio y para demostrar que las periodistas deportivas en Colombia ya están preparadas para dar este importante paso.

Tomando como referencia la experiencia mencionada anteriormente con el programa ‘Fanáticas por el Fútbol’ de Andrea Guerrero, la propuesta de ‘Fútbol Con Ojos de Mujer’, tanto en su versión programa de una hora diario todos los lunes y viernes, como en su edición fin de semana con la transmisión de los partidos, sería presentada a la dirección de deportes de RCN Radio, en cabeza del periodista Luis Alfredo Céspedes, y a la Coordinación Nacional de Programación de la emisora Antena 2 (dial 6:50 a.m. en Bogotá), liderada por Narciso Cárdenas León, quienes estudiarán y evaluarán la viabilidad del proyecto.

¿Por qué hacerlo en Antena 2? Como ya se mencionó, esta emisora, la única de RCN Radio dedica única y exclusivamente a la información deportiva, ya les brindó un

espacio dentro de su agenda a las mujeres y revisando su parrilla actual de contenidos no cuenta con un programa y una transmisión deportiva esta magnitud y de esa especialidad.

La ventaja de llevar el proyecto a Antena 2, además de tratarse de una emisora deportiva con altas índices de audiencia en los aficionados al fútbol, es la calidad en la producción, realización y emisión del programa pues RCN Radio, cuya torre sonora en Bogotá se encuentra ubicada en la calle 37 N° 13A-19, cuenta con los mejores y más modernos estándares de tecnología en cuanto a realización de radio se refiere. Además de contar con la posibilidad de transmitir en vivo y en directo y retransmitir en diferido los programas en su página en internet www.antena2.com.co, cuyo editor general es el periodista Mauricio Osorio Muñoz, así como la creación y la utilización del canal de YouTube de la emisora (que hoy no existe) para tal fin.

La propuesta, en concreto, que se le presentará a Luis Alfredo Céspedes, director nacional de deportes de RCN Radio, será la siguiente:

Fútbol con ojos de mujer, el programa: Dos emisiones por semana los días lunes y viernes de 6:00 a 7:00 de la noche en el dial 650 AM de Antena 2 (días y horarios sujetos a la disponibilidad de la emisora) y en la web www.antena2.com.co dejando abierta la posibilidad de hacerlo en vivo y directo o pregrabarlo. En este momento en esa franja de Antena 2 se emite el programa Motores RCN

Fútbol con ojos de mujer, transmisión deportiva: Transmisión deportiva en una cabina del estadio o en el estudio de Antena 2 de RCN Radio, en Bogotá, de un partido de cada fecha del campeonato colombiano que se dispute en el estadio El Campín o en el estadio de Techo, así como el cubrimiento de los partidos de la selección femenina de Colombia en los eventos deportivos más importantes (Panamericanos, Juegos Olímpicos, Mundiales, etc.).

Integrantes del proyecto

Dirección y Producción: Diana Jiménez

Comunicadora social y periodista de la universidad Minuto de Dios, Creadora y directora de la primera versión de Fútbol con Ojos de Mujer, hizo parte de Rumbo Deportes, practicante de Claro Sports Noticias.

Conductora: Liliana Salazar

Periodista con más de diez años en los medios de comunicación, presentadora de deportes en noticias RCN trabajó en canal Capital y actualmente periodista del canal Win Sports.

Periodista: Andrea Guerrero

Trabajó en RCN televisión, Antena 2 de RCN radio, ESPN, Win Sports y actualmente es la presentadora de deportes de noticias RCN y creadora y directora del portal ABC deportes.

Reportera: Claudia Helena Hernández

Treinta años en los medios de comunicación la mayoría de ellos en la radio, trabajó en Antena 2, Todelar. Actualmente es periodista del portal AS Colombia.

Reportera: Heidi Gutierrez

Es uno de los nuevos talentos del periodismo deportivo femenino en Colombia ha trabajado en varios portales como Terra y Liga Postobón.com. En la actualidad escribe para el portal oficial de la Liga Aguila.

Estadísticas, datos y Apoyo periodístico: Lady Medina

Comunicadora social y periodista de la universidad Minuto de Dios, integrante de la primera temporada de fútbol con Ojos de Mujer con vocación y talento para los datos y estadísticas del fútbol

Voz Comercial: Carmen López “canela”

Experiencia en las transmisiones deportivas con grabación de comerciales y cuñas, así como participación en la cabina como locutora comercial en los diferentes partidos. Su último trabajo fue hace dos años en el Vallet Azul de Radio Súper.

Narradora: Mónica Paola Canencio

Periodista Bogotana con experiencia en Todelar, trabajó en Caracol, fue presentadora de canal Capital, su pasión siempre ha sido la radio y su buen timbre de voz le serviría para convertirse en una gran locutora.

La ejecución del proyecto de las transmisiones deportivas de Fútbol con Ojos de Mujer es un proyecto presupuestado para el segundo semestre de 2015, debido al estudio de la propuesta que se requiere por parte de la dirección de deportes de RCN Radio, la preproducción y producción del programa en aspectos periodísticos, administrativos y técnicos para su adecuada puesta en marcha, así como los trámites necesarios ante la oficina de comunicación de la División Mayor del Fútbol colombiano en la expedición de credenciales para el ingreso a los escenarios deportivos. En este momento el proceso de acreditación en la Dimayor se encuentra cerrado, así que se debe esperar hasta el mes de julio para su segunda apertura de la temporada.

Como en este tipo de proyectos hay que tener un plan B o plan de contingencia, en caso de que la propuesta no sea aceptada por Antena 2 de RCN radio, la segunda temporada de Fútbol con Ojos de Mujer se llevaría a una emisora online o a un pagina web que, como sucedía en Sonido Público pueda ser transmitido en vivo a través de Ustream o de un canal de YouTube. En caso de no ser así, la idea es que a mediano plazo se logre constituir una la página web de Fútbol con Ojos de Mujer.

En el caso del programa entre semana que se emitiría dos veces por semana los días lunes y viernes en el horario de 6 a 7pm también llegará renovado y con nuevas secciones que pretende ser una ‘vitrina’ de participación femenina a partir de la información, la opinión y la difusión de todas aquellas historias y protagonistas que estén directamente relacionadas con las mujeres y su afición por el deporte “rey”.

El periodismo responsable en Fútbol con Ojos de Mujer se evidenciará en la rigurosidad con la que elegirán, investigarán y se presentarán los diferentes temas, incluyendo un adecuado manejo de fuentes y una producción acertada que genere credibilidad, gusto y respeto en la audiencia.

Lo anterior, necesariamente, conlleva a un periodismo honesto que se verá reflejado en la preparación de las temáticas a tratar y en que el oyente tenga una referencia del programa y de sus presentadoras, no por la belleza, la manera de vestir o la forma de presentar, sino por el conocimiento que se transmita.

Otra de las fortalezas que tendrá esta propuesta es que su contenido no solo estará enfocado al fútbol de alto a nivel y a profundizar en las noticias y los hechos que diariamente se registran los medios masivos de comunicación, sino también en brindarle un espacio muy importante al fútbol femenino en todos sus campos.

Si lo que se busca es destacar la relación de la mujer con el deporte, y en especial con el fútbol, en todos los niveles, sería una contradicción crear, hacer y en este caso mejorar, un programa de fútbol hecho por mujeres, sin darle importancia al balompié femenino.

Ese será el plus de Fútbol con Ojos de Mujer: una sección dedicada única y exclusivamente a registrar, con noticias, reportajes, crónicas, entrevistas y demás, todo lo que acontezca en el balompié femenino nacional e internacional, a nivel profesional y amateur.

Tendrá un espacio en el programa el fútbol femenino de base, de las escuelas de formación; ese que no registran los grandes medios de comunicación y que esconde grandes historias de vida, progreso y crecimiento personal a partir del auge que ha tenido la práctica de dicho deporte en Colombia. Es uno de los aspectos fundamentales que marcará diferencia en el programa con respecto a otros que existen, o existieron, en los medios de comunicación

Si el fútbol genera entretenimiento, mueve masas y es considerado como uno de los grandes espectáculos del mundo, una de las finalidades de los medios de comunicación es el cumplimiento de una labor social con la audiencia y la sociedad.

En ese orden de ideas, Fútbol Con Ojos de Mujer incluirá dentro su parrilla de contenido un espacio donde se destaquen historias y testimonios de niñas y mujeres que encontraron en el fútbol, bien sea como jugadoras, entrenadoras, árbitras, dirigentes y comunicadoras, un estilo de vida, un escape a la realidad que viven o una manera de progresar y sentirse útiles dentro de su círculo social.

Desde el punto de vista producción, presentación y formato, Fútbol Con Ojos de Mujer, segunda temporada, tendrá una evolución con respecto a la primera, ya que contará con todos los estándares de calidad y tecnología aptos y adecuados para ser emitido por radio.

Sin embargo, estará abierta la posibilidad de modificar su formato a televisión o internet, siempre y cuando se realicen los cambios necesarios que requieran su adaptación ya sea en contenido, presentación y/o producción.

El programa contará con un tiempo de duración de una hora y será presentado por tres mujeres, y estará conformado por las siguientes secciones:

1. La primera sección: ‘Pelotas Criollas’, en la cual se hablará de todo lo que tiene que ver con el fútbol colombiano; sus equipos, la pasión de los hinchas, las curiosidades y los hechos que otros medios no registran.
 - 1.1 Cuando la Selección Colombia tenga competencia, la sección ‘Pelotas Criollas’ será reemplazada por la sección ‘La Tricolor’, que será enfocada hacia las noticias, hechos y personajes de la Selección masculina.
2. Segunda sección: ‘Pelotas Extranjeras’, acá se tocarán los hechos que son noticia por fuera de la cancha en las principales ligas del mundo y protagonizados por las grandes figuras del fútbol y los colombianos que brillan en el exterior.
3. Tercera sección: ‘Ellas mandan’, este es el espacio dedicado a la actualidad del fútbol femenino de Colombia y el mundo: noticias, actualidad, torneos y personajes.
 - 3.1 “El juego de la vida”, subsección en la que se mostrarán historias de vida y/o entrevistas de niñas o mujeres relacionadas con el fútbol.
4. Cuarta Sección: ‘El Camerino’, en donde se realizarán entrevistas con los personajes (hombres o mujeres) que rodean el mundo del deporte rey.
5. Quinta Sección: ‘Top 5’, en esta sección se mostrará un ranking de situaciones, jugadores y eventos llamativos que hagan recordar al público momentos específicos del balompié.

Conclusiones

A través del tiempo la mujer ha tenido que luchar en diferentes espacios de la sociedad para ganar un lugar y el reconocimiento de sus derechos y es gracias a ello que hoy, ellas pueden realizar y ser participes de actividades que hasta hace algunos años solo eran realizadas por hombres.

El fútbol uno de los deportes más populares del mundo y donde la mayor parte de sus seguidores son hombres, ha logrado cautivar al género femenino, de tal manera que hoy se ven mujeres futbolistas, hinchas y periodistas que gustan de este deporte, aunque para muchos siga siendo una disciplina exclusiva del género masculino.

Y es que las mujeres han demostrado que cuentan con las capacidades, el gusto y el conocimiento necesario para poder practicar, hablar, y seguir de cerca todos aquellos aspectos en torno al balompié, y con esto han logrado evidenciar que la mujer no solo es sinónimo de belleza y que no necesita mostrar sus atributos para poder tomar la palabra y lograr transmitir credibilidad sino que basta con el conocimiento, preparación y apropiación que se tenga del tema futbolístico así como en cualquier otra cuestión.

Es por esa razón que las mujeres no se encuentran ni se encontrarán en desventaja frente a los hombres específicamente en cuanto al fútbol se refiere no se trata de fuerza, ni de género, es un tema que como cualquier otro necesita de conocimiento y habilidades.

Y aunque en Colombia según demuestra los índices de rating las personas prefieran ver a la selección masculina de fútbol que apoyar a las representantes del fútbol femenino colombiano, las mujeres seguirán luchando por mantener y mejorar esos espacios que han sido logrados por ellas con esfuerzo y dedicación.

Desde los años 60 de la mano de Margot Ricci quien fuera la primera mujer comunicadora en hablar de fútbol, las mujeres empezaron abrirse campo en el periodismo deportivo y desde entonces son muchas las que han incursionado en el medio y que hoy se ven no solo haciendo parte de un programa de fútbol sino también dirigiendo al lado de hombres también conocedores del balompié.

Gracias al interés de la FIFA por promover el fútbol femenino este deporte dejó de ser practicado profesionalmente solo por hombres, para ser tenido en cuenta por mujeres que además empezaron a representar a el país, y aunque en un inicio los resultados no fueron los mejores, poco a poco se han abierto campo en la práctica del fútbol y como lo mencionaba la capitana del seleccionado femenino, Yoreli Rincón, esperan recibir más apoyo y que su trabajo sea valorado de la misma manera que el del Seleccionado Masculino de fútbol.

En este trabajo se hizo un acercamiento al género desde el contexto futbolístico, sin embargo aún quedan interrogantes por resolver, teniendo en cuenta la propuesta final planteada, una de las preguntas que surge es: ¿La conformación del grupo periodístico de mujeres logrará un rating deseado con una audiencia que logre superar a programas realizados por hombres?, ¿Lograrán el grupo de mujeres cautivar a los hombres y generar credibilidad a la audiencia? Y pensando específicamente en el fútbol, en el crecimiento de este deporte y los cambios que pueda llegar a tener el balompié en Colombia, la pregunta obligada es ¿Está Colombia preparada para tener un torneo profesional de fútbol colombiano femenino? Pues bien, estas preguntas quedarán para ser resueltas en un futuro y que quizá sean estos interrogantes el punto de partida que genere un nuevo trabajo de investigación.

Bibliografía

BBC Mundo. (3 de Noviembre de 2005). *De los Hooligans a las Barras Bravas.*

Recuperado el 23 de Enero de 2015, de BBC Mundo.com:

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials/newsid_4371000/4371158.stm

Caracol Radio. (18 de Enero de 2015). *Luchar contra la inequidad laboral de género*

compromiso del Gobierno. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de Caracol:

<http://www.caracol.com.co/noticias/economia/luchar-contr-la-inequidad-laboral-de-genero-compromiso-del-gobierno/20150118/nota/2593104.aspx>

Carambula, P. (24 de Noviembre de 2010). *Todo sobre el fútbol femenino.* Recuperado el

24 de Enero de 2015, de Bellezas Latinas.com:

<http://bellezaslatinas.com/deportes/futbol-femenino>

Comunicar es ganar. (S.F.). *Estudio de la comunicación de los clubes de la Liga BBVA.*

Comunicar es ganar. Recuperado el 23 de Enero de 2015

Covarrubias, R. (2009). *El ejercicio profesional de la mujer dentro del Periodismo*

Deportivo. Recuperado el 24 de Enero de 2015, de

<http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20DE%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>

Diario Popular. (5 de Septiembre de 2002). *A 19 años de la goleada 5 a 0 de Colombia a*

Argentina. Recuperado el 24 de Enero de 2015, de Diario Popular-Fútbol:

<http://www.diariopopular.com.ar/notas/128840-a-19-anos-la-goleada-5-0-colombia-argentina>

Díaz, W. (28 de Julio de 2010). *El cambio extremo del fútbol femenino*. Recuperado el 24

de Enero de 2015, de El Colombiano.com:

http://www.elcolombiano.com/historico/el_cambio_extremo_del_futbol_femenino-OVEC_98413

El espectador. (11 de Junio de 2014). *Blatter afirma que el fútbol es un negocio*

multimillonario, que crea oportunidades. Obtenido de El Espectador.com:

<http://www.elespectador.com/deportes/futbolinternacional/blatter-afirma-el-futbol-un-negocio-multimillonario-cre-articulo-497656>

EQUINOXIO. (15 de Abril de 2009). *Las mujeres en el periodismo deportivo colombiano*.

Recuperado el 24 de Enero de 2015, de Equinoxio.org:

<http://equinoxio.org/columnas/las-mujeres-en-el-periodismo-deportivo-colombiano-3607/>

EQUINOXIO. (15 de Abril de 2009). *Las mujeres en el periodismo deportivo colombiano*.

Recuperado el 24 de Enero de 2015, de <http://equinoxio.org/columnas/las-mujeres-en-el-periodismo-deportivo-colombiano-3607/>

ESPN. (23 de 07 de 2013). *La guerra del fútbol*. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de

ESPN FC Mundial:

<http://espndeportes.espn.go.com/news/story?id=1849337&s=futbol/mundiales&type=story>

Estudio de comunicación. (S.F.). *El negocio del fútbol más que una pasión*. Recuperado el

24 de Enero de 2015, de <http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/el-negocio-del-futbol-mas-que-una-pasion-el-cronista/>

Factoria Historica. (S.F.). *las reivindicaciones historicas del feminismo*. Recuperado el 27

de Diciembre de 2014, de FHistorica:

<https://factoriahistorica.wordpress.com/2011/08/16/las-reivindicaciones-historicas-del-feminismo/>

FIFA. (S.F). *Ayuda Técnica*. Recuperado el 16 de Enero de 2014, de FIFA:

<http://es.fifa.com/aboutfifa/footballdevelopment/technicalsupport/refereeing/>

FIFA. (S.F). *Historia de la FIFA*. Recuperado el 18 de Enero de 2015, de FIFA.COM:

<http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/foundation.html>

Gómez, R. (28 de Mayo de 2014). *¿Quién estuvo detrás de la muerte de Andrés Escobar?*

Recuperado el 24 de Enero de 2015, de KYENYKE.com:

<http://m.kienyke.com/deportes/quien-estuvo-detras-de-la-muerte-de-andres-escobar/>

Herrera, C. (S.F.). *En 2005, hincha de América mató a otro de Santa Fe en Bogotá*.

Recuperado el 23 de Enero de 2015, de Terra Colombia:

<http://www.terra.com.co/deportes/articulo/html/dep365854.htm>

Historia siglo XX. (S.F.). *El desarrollo del movimiento feminista*. Recuperado el 27 de

Diciembre de 2014, de Sufagismo y feminismo: la lucha por los derechos de la mujer 1789-1945: <http://www.historiasiglo20.org/sufragismo/triunsufrag.htm>

INFOBAE. (02 de Octubre de 2014). *Maradona: El segundo gol contra Inglaterra fue la*

venganza por Malvinas". Recuperado el 22 de Enero de 2015, de Infobae -

deportes: <http://www.infobae.com/2004/10/02/143361-maradona-el-segundo-gol-contra-inglesa-fue-la-venganza-malvinas>

León, G. C. (2011). *La mujer cubana en el ejercicio del periodismo*. Recuperado el 24 de

Enero de 2015, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3431886>

León, G. C. (2011). *La mujer cubana en el ejercicio del periodismo*. Recuperado el 24 de

Enero de 2015, de file:///C:/Users/_/Downloads/Dialnet-

LaMujerCubanaEnElEjercicioDelPeriodismoDeportivo-3431886%20(1).pdf

Márquez, J. M. (19 de Junio de 2014). *Didier Drogha: El hombre que detuvo una guerra.*

Recuperado el 24 de Enero de 2015, de Revolución tres punto cero.com:

<http://revoluciontrespuntocero.com/didier-drogha-el-hombre-que-detuvo-una-guerra/>

Martínez, R. (8 de Abril de 2013). *El papel de la mujer en la sociedad colombiana.*

Recuperado el 10 de Enero de 2015, de El Nuevo Día:

<http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/opinion/columnistas/174454-el-papel-de-la-mujer-en-la-sociedad-colombiana>

Ossorio, S. F. (1 de Diciembre de 2013). *Fútbol y manipulación social – Análisis desde la sociología, la economía, medios de comunicación y la política.* Recuperado el 23 de

Enero de 2015, de Ssociologos.com: <http://ssociologos.com/2013/12/01/futbol-y-manipulacion-social-analisis-desde-la-sociologia-la-economia-medios-de-comunicacion-y-la-politica/>

Pino, A. (28 de Mayo de 2012). *Pablo Escobar y la historia negra de nuestro fútbol.*

Recuperado el 24 de Enero de 2015, de Gol Caracol:

<http://www.golcaracol.com/futbol-colombiano/liga-postobon/video-257814-pablo-escobar-y-la-historia-negra-de-nuestro-futbol>

Pino, A. (4 de Enero de 2015). *Gol Caracol, Breve historia del fútbol femenino en*

Colombia: cuando ellas nos llevan a la gloria. Recuperado el 24 de Enero de 2015, de <http://www.golcaracol.com/seleccion-colombia/femenino/articulo-225476-breve-historia-del-futbol-femenino-colombiano>

Portafolio.co. (S.F.). *En nuestro país también rueda la bola millonaria del fútbol.*

Recuperado el 20 de 01 de 2015, de Portafolio.co:

<http://m.portafolio.co/negocios/negocio-del-futbol-colombia>

- Recursos Tic. (S.F). *La igualdad entre hombres y mujeres*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2014, de La lucha por la igualdad de derechos de las mujeres:
http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/4esoetica/quincena12/quincena12_contenidos_3.htm
- Ricaurte, P. (21 de Abril de 2010). *EL NEGOCIO DEL FÚTBOL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de Mediosfera:
<https://mediosfera.wordpress.com/2010/04/21/el-negocio-del-futbol-y-los-medios-de-comunicacion-masiva/>
- Rincón, Y. (16 de Febrero de 2015). Las dueñas del balón. (E. C. Cortiles, Entrevistador)
- Romero, P. (24 de 07 de 2014). James: una mina de oro de publicidad y mercadeo. *EL TIEMPO*.
- Ruiz, G. (2008). *La gran historia del fútbol profesional colombiano*. Bogotá: Dayscript.
- Ruiz, G. (2014). *Historia de la Selección Colombia*. Bogotá: Mundo Fútbol.
- Salazar, L. (2012). Fútbol con Ojos de Mujer. (D. Jiménez, Entrevistador)
- SEMANA. (10 de 06 de 2011). *SEMANA*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de "FIFA es un sindicato organizado del crimen... un excremento": Andrew Jennings:
<http://www.semana.com/nacion/articulo/fifa-sindicato-organizado-del-crimen-excremento-andrew-jennings/247491-3>
- Semana. (7 de Julio de 2014). *¿Por qué Caracol prohibió a RCN transmitir la llegada de la selección?* Recuperado el 23 de Enero de 2015, de Semana.com:
<http://www.semana.com/tecnologia/novedades/articulo/rcn-habla-de-la-prohibicion-de-caracol-para-emitir-llegada-de-la-seleccion/394781-3>
- Semana. (21 de Julio de 2014). *Caracol arrasó con el rating en el Mundial*. Recuperado el 23 de Enero de 2015, de Semana.com:

<http://www.semana.com/tecnologia/novedades/articulo/como-estuvo-el-rating-en-el-mundial/396146-3>

SSociólogos. (22 de 05 de 2014). *Antropología del fútbol – Refleja la sociedad de cazadores-recolectores y llena el vacío de las guerras*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de SSociólogos: <http://ssociologos.com/2014/05/22/antropologia-del-futbol-refleja-la-sociedad-de-cazadores-recolectores-y-llena-el-vacio-de-las-guerras/>

UNAD. (S.F). *Estereotipos de género*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de Datateca UNAD:
http://datateca.unad.edu.co/contenidos/301128/301128_Sexualidad_Genero/leccin_18_estereotipos_y_rol_de_gnero.html

Unisabana. (8 de Marzo de 2013). *Periodista deportiva sobre el 'terreno' ganado por las mujeres en este campo*. Recuperado el Noviembre de 2014, de Unisabana.com:
http://www.unisabanaradio.tv/noticias_detalle.php?id=1116&idh=5

Villegas, J. C. (2007). *ESTEREOTIPOS DE LA MUJER EN LA COMUNICACIÓN*.
Recuperado el 25 de Enero de 2015, de
<http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/estereotipos.pdf>

Vinasco, E. M. (1950). *El voto femenino*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2014, de Biblioteca virtual Luis Ángel Arango:
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli84.htm>

Anexos

Entrevistas

Sonia Cubides, presentadora Fútbol y Tacón

¿Hace cuánto hace parte de Fútbol y Tacón?

“Desde enero hago parte del proyecto y en abril iniciamos grabaciones”.

¿Cómo ha sido la experiencia?

“Ha sido una experiencia maravillosa, porque aparte de que he tenido la oportunidad de conocer a varios personajes del fútbol y especializarme en un tema, compartir con un gran equipo de trabajo ha sido bastante enriquecedor a nivel profesional”.

¿Qué hace diferente a Fútbol y Tacón?

“Lo hace diferente que es la mirada femenina de un deporte que es masculino, donde se tocan noticias alrededor del fútbol y se habla de grandes personajes como periodistas deportivos, entrenadores y futbolistas”.

¿Ha tenido que vivir situaciones incómodas por el machismo?

“El camino en Colombia lo han abierto muchas mujeres, lo que nos ha brindado un espacio a nosotras que estamos iniciando un nuevo proceso. Creo que el machismo ha quedado a un lado en estos últimos años, pues hemos visto cómo las mujeres se han tomado este papel en serio. Es un trabajo que vienen haciendo desde hace muchos años varias mujeres que hoy en día son grandes periodistas deportivas que nos han dejado ese espacio para que nosotras sigamos construyendo esa misma credibilidad. Yo creo que a nosotras, en esta nueva época,

no nos ha tocado tanto machismo como sí lo vivieron las anteriores mujeres que iniciaron ese proceso en el fútbol y en el periodismo deportivo. Para mí, por ejemplo, no ha sido difícil porque hemos sido bastante aceptadas en el medio, entonces ha sido gratificante. Me parece que el motivo por el que ya no existe tanto machismo es que las mujeres nos hemos tomado el fútbol en serio y lo hemos hecho con profesionalismo y responsabilidad.

Sabemos y somos conscientes de que a nivel mundial y cultural es un deporte totalmente importante para el hombre, pero con responsabilidad y disciplina hemos provocado que ese machismo haya ido desapareciendo a través de los años”.

Muchas personas piensan que se contratan mujeres para los programas deportivos por su belleza y no por su conocimiento. ¿Qué piensa de eso?

“Sin duda alguna, la belleza de la mujer es el mayor atractivo para el hombre. No hay ninguna duda de eso. Además, porque se unen dos pasiones del hombre: las mujeres y el fútbol. Yo creo que nos hemos ganado ese espacio, y lo que pasa es que de todas maneras hay esa mentalidad de que una mujer bonita no puede hablar de fútbol. Pero en los últimos años hemos visto muchas mujeres que nos representan bien en el periodismo deportivo no solo en Colombia, sino en el mundo, y que pueden hablar con total certeza, credibilidad y conocimiento del fútbol y del deporte. Además, para nosotras es más fácil caminar por el mundo del fútbol y llegarles a los personajes porque por tu belleza y tu encanto como mujer, ellos tienen más consideración con uno. Eso facilita más las cosas y eso nos ha permitido ganarnos varios espacios”.

¿Qué les dice a las mujeres que están estudiando Comunicación Social y quieren ser periodistas deportivas?

“Que sigan adelante. Esta es una carrera maravillosa en la que cada día aprendes cosas nuevas; que cada día es una aventura, en donde conoces historias nuevas, personajes, vibras

con el deporte... La Comunicación Social y el periodismo es la experiencia más bonita porque enriquece tu vida personal y profesional. Que sigan adelante estudiando mucho porque finalmente uno es el que se forma con disciplina y verreaquera. Que si les apasiona el periodismo deportivo luchen por ese sueño porque seguramente habrá una puerta abierta para todas”.

Johanna Uribe, presentadora de Fútbol y Tacón

¿Hace cuánto hace parte de Fútbol y Tacón?

“Fútbol y Tacón empezó con Claro Sports Colombia en abril de 2014. A partir de ahí comencé mi nuevo rol como presentadora deportiva”.

¿Cómo ha sido la experiencia?

“Maravillosa, porque nunca antes había trabajado en deportes. Es un reto para mí que estoy asumiendo con todo el amor del mundo. Ha sido muy bonito porque yo no sabía nada de fútbol y por lo menos ya sé qué es un fuera de lugar... ya me puedo sentar tranquilamente con un hombre a hablar de fútbol. Para mí ha sido maravilloso conocer el mundo del deporte rey”.

¿Qué hace diferente a Fútbol y Tacón?

“Fútbol y Tacón es diferente porque somos las mujeres las que contamos todo lo que pasa en mundo del deporte rey. Es mostrarles a los hombres, a través de nosotras, la farándula que se ve alrededor del fútbol y de los futbolistas. Pero también somos presentadoras informativas porque presentamos las últimas noticias del fútbol nacional y mundial”.

¿Por ser mujer ha tenido que vivir situaciones incómodas por el machismo?

“Pienso que en Colombia ha habido un acogida maravillosa con las mujeres a nivel del fútbol porque anteriormente era imposible para las periodistas deportivas. Hoy en día, no. Hoy en día son unas compañeras más, unas aliadas más. Algunas logran mejores entrevistas, que a los hombres les cuesta más, por el hecho de ser mujeres. Yo creo que en el siglo XXI esto ha avanzado muchísimo ya que, obviamente, se ha aceptado más a la mujer. Sí existe un machismo, dicen por ejemplo que tiene más credibilidad un narrador, pero ahí vamos diciéndole al mundo que también nos gusta el deporte y que hacemos parte de él. Yo pienso que se ha creado la moda de las mujeres periodistas deportivas.

¿Cuál es la ventaja de una mujer al momento de entrevistar a un deportista?

“Si es linda su apariencia física siempre va a abrir puertas. Y si tiene unas lindas piernas y un vestido bonito, como en Fútbol y Tacón, pues mucho más. Porque los hombres son visuales y si la mujer es carismática y agradable tiene todas las de ganar. Ese es uno de los puntos a favor que una mujer siempre va a tener por delante. Cuando no es tan linda la mujer puede acudir a su carisma, pues generalmente las comunicadoras son carismáticas y tienen el don de la palabra”.

Muchas personas piensan que se contratan mujeres para los programas deportivos por su belleza y no por su conocimiento. ¿Qué piensa de eso?

“Es lógico porque las mujeres siempre llaman la atención y más si son lindas, pero más que eso el hombre se va a quedar con ella si tiene algo interesante que contar. Los hombre ‘canalean’ y pueden ver lindos cuerpos y lindos rostros, pero si escuchan algo interesante ahí se quedan. Y ese es el plus de Fútbol y Tacón; sí, son dos mujeres bonitas, atractivas y que llaman la atención, pero además de eso tienen algo que contar. Por eso creo que se ven el programa completo: porque aprenden”.

¿Qué les dice a las mujeres que están estudiando Comunicación Social y quieren ser periodistas deportivas?

“Que esto es maravilloso. Que descubran el mundo del deporte, que es fascinante y enamora. Que es un mundo en donde van a encontrar todo lo que están buscando en otras ramas. Todo lo encuentran en el deporte, pero de una forma más atractiva y más linda. Que van por buen camino y que lo disfruten”.

Vanessa Palacio, presentadora Red Mas Noticias y LP

¿Cuéntenos de su experiencia como periodista deportiva?

“Pues es lo mejor que me ha pasado a nivel profesional, porque mi pasión siempre fueron los deportes. Cuando yo empecé hace muchos años en la universidad no sabía que podía combinar esto con el deporte, porque en ese momento no había muchas mujeres en el periodismo deportivo. Entonces cuando pude combinar esas dos pasiones: el periodismo con el deporte, mi vida cambió. Los mejores momentos de mi vida los he vivido dentro del periodismo deportivo. Poder trabajar en algo que a uno lo apasiona, es una bendición”.

¿Usted considera que en Colombia todavía hay machismo en el deporte y particularmente en el periodismo deportivo?

“Sí, claro. Todavía hay mucho machismo. Pero yo creo que uno no se puede enfocar en pensar en que tiene que cambiar eso. Eso uno lo va cambiando a medida de que uno va demostrando y se va dando cuenta de que sabe, que tiene credibilidad y que la gente ya te empieza a reconocer como un referente de opinión en cuanto a lo deportivo. Sí existe machismo en el medio, pero en mi caso personal no le he sentido tanto, afortunadamente”.

Muchas personas piensan que se contratan mujeres para los programas deportivos por su belleza y no por su conocimiento. ¿Qué piensa de eso?

“Eso habla del machismo que todavía existe en el medio, en el deporte y la televisión. Obviamente la televisión es estética y es imagen, y uno entiende que al televidente le guste ver algo agradable en la pantalla. Y eso ha provocado que últimamente se hayan colocado modelos para que hablen de fútbol porque es un tema que se ha vuelto de moda. Para muchas mujeres el tema de moda antes era la farándula y ahora es el deporte. En mi caso me gusta más que me vean como alguien que sabe, como una periodista más que como una modelo y como un prototipo de belleza. A mí me gusta que me vean como profesional, como periodista y como una mujer que sabe del tema”.

Teniendo en cuenta su experiencia en Argentina, ¿qué nos puede contar del papel de la mujer en el periodismo deportivo?

“Pues allá sí se da más, porque siendo un país que le da mucho espacio al deporte, pues desde hace muchos años las mujeres han venido incursionando en este gremio. Además, en Argentina las mujeres son más apasionadas por el deporte y por el fútbol que en Colombia. Allá todavía hay machismo, pero sí se le da más espacio a la mujer en el periodismo deportivo”.

¿Qué les dice a las mujeres que están estudiando Comunicación Social y quieren ser periodistas deportivas?

“Primero que todo, que se puede. Que pueden hacerlo, que no les dé susto y que nos les dé miedo. A mí me dio mucho susto al principio pero me di cuenta de que se podía. Y esto no es una cuestión de género, si no que va por todos los estudiantes, sean hombres o mujeres, y es que sean muy apasionados y se vuelvan ratones del libros, de páginas, de periódicos y de medios de comunicación, porque si sienten la pasión por el periodismo va a ser mucho

más fácil estar enterados de todo. Y que tengan en cuenta que además de entretener, porque el deporte es entretenimiento, hay que ser responsables para hacer un periodismo constructivo y no destructivo porque los deportistas son seres humanos. Esto es de pasión, trabajo y dedicación.

Natalia Sabina, presentadora Claro Sports Noticias

¿Cuéntenos de su experiencia como periodista deportiva?

“Empecé en el periodismo deportivo en 2009 con un programa de golf, en el que tenía la conducción con otro compañero que era el experimentado en el tema. Yo tenía una sección que se llamaba “aprendiendo a jugar golf”; ahí empecé a tomarle mucho cariño al deporte, aunque el deporte no ha sido ajeno a mi vida pues toda la vida lo he practicado de una u otra manera. En ese programa me di cuenta de que el periodismo deportivo me gustaba mucho cuando hacía las secciones, las notas y las presentaciones. Me di cuenta de que me gustaba mucho. Ha sido una experiencia muy positiva y muy gratificante, porque el periodismo deportivo te permite cubrir noticias, saber de actualidad, comunicar e informar, pero también que lo puedas vivir y disfrutar”.

¿Que ha sido lo más difícil?

“Adquirir credibilidad y abrirse espacio en medio de los hombres amantes del fútbol, porque para los hombres no es fácil ver a una mujer comentando fútbol. Pero siento que la seriedad y el cariño con el que se hace el trabajo, cuando demuestras que no solo lees un libreto porque te lo entregan sino que todo en tu vida gira alrededor del deporte, es lo que hace que el público te crea y te respete. También es importante tu imagen; el vestuario es fundamental porque si la ropa es muy provocativa no reflejas seriedad”.

Muchas personas piensan que se contratan mujeres para los programas deportivos por su belleza y no por su conocimiento. ¿Qué piensa de eso?

“Si se ve desde el punto de vista como producto para un canal, es un gancho, porque a los hombres las mujeres les encanta. Los hombres no tienen problema con eso porque les gusta. Si sería un problema para las mujeres que quieren tener credibilidad en un noticiero o en un programa deportivo. Para la que realmente se ha preparado y quiere tener su imagen de credibilidad sí va a ser difícil porque tiene que luchar contra ese estereotipo que no es la mujer que quiere mostrar su figura, sino la que quiere mostrar su conocimiento. El conocimiento es el que debe primar y no la belleza, así que por eso considero que el vestuario y el look son fundamentales para generar credibilidad en los hombres”.

¿Lo anterior solo se aplica en el fútbol o también en otros deportes?

“No. Solo con el fútbol porque el fútbol es la pasión de los hombres. Si el fútbol no hiciera sufrir a los hombres de la manera como los hace sufrir, ellos no lo querrían tanto como lo que quieren. Es que acá se combinan las dos pasiones de los hombres: una, las mujeres y el sexo, y dos, el fútbol”.

¿Cuál es la virtud que más sobresale en una periodista deportiva?

“El carisma, que es algo que en los hombres no se ve mucho. Las mujeres la sacamos con más facilidad y por eso contamos la noticia de una manera más amena y más grata. Eso es un buen gancho, y eso no lo tiene el hombre. Así les podemos llegar a los personajes del fútbol sin necesidad de mostrar algo físicamente. El carisma es un beneficio y un plus que no tienen los hombres”.

¿Qué les dice a las mujeres que están estudiando Comunicación Social y quieren ser periodistas deportivas?

“Si tienen claro que eso lo que quieren, que busquen su propio sello y que no traten de imitar a nadie, porque con toda seguridad hay algo que las hace únicas y nadie más lo tiene. Hay que buscar ese algo que te hace única y diferente. Ese sería mi primer consejo para que puedan dejar huella y la gente las recuerde. Y el segundo es tener muy claro para dónde van, para que no se desvíen del camino y logren el sueño que siempre anhelaron”.