

**Trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus  
rutinas periodísticas**

Sara Cadavid Hoyos  
Violeta Mayorga Ramírez  
Asesor: Jorge Enrique Manrique Grisales

Pontificia Universidad Javeriana Cali  
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales  
Programa de Comunicación  
Proyecto de Grado  
2021

## **Agradecimientos**

Este trabajo de grado es el resultado de un proceso formativo de dedicación y entrega. Gracias a nuestros padres y hermanos por acompañarnos y hacer posible la culminación de una etapa tan importante en nuestras vidas.

Hacemos una mención especial para Jorge Enrique Manrique Grisales, quien con su experiencia, trabajo y acompañamiento hizo posible el desarrollo de esta investigación. Y a la Pontificia Universidad Javeriana Cali y a nuestros docentes por las enseñanzas y conocimientos compartidos durante nuestra formación como profesionales.

## Resumen

Desde sus inicios el periodismo deportivo en Colombia se caracterizó por ser un campo laboral ejercido por hombres. Sin embargo, con el tiempo se ha vivido la llegada de mujeres a esta profesión quienes han construido sus trayectorias profesionales en diferentes medios y organizaciones. Los medios de comunicación y los periodistas se desempeñan a partir de rutinas establecidas y estas orientan de forma indirecta las trayectorias profesionales de cada individuo.

Este trabajo de grado busca describir las trayectorias profesionales, desde el concepto de rutinas periodísticas, de cuatro periodistas deportivas colombianas en diferentes épocas a través de un reportaje sonoro en formato *podcast*. Para la realización se planteó una metodología de tipo cualitativa a partir de entrevistas semi-estructuradas como principal instrumento para la recolección de datos.

Los principales hallazgos se segmentan en tres categorías de análisis: trayectorias profesionales, rutinas periodísticas y medios, junto con sus respectivas subcategorías. Además, se tuvo como resultado la producción de un reportaje sonoro en formato *podcast* titulado *Ellas al micrófono* compuesto de cuatro episodios en donde se consignan los aspectos más relevantes de las entrevistas realizadas.

Como conclusión se llegó a reconocer que las periodistas deportivas se ven inmersas en las rutinas periodísticas establecidas por los medios u organizaciones en las que trabajan y esto limita su libertad como profesionales. Además, en lo referente a sus trayectorias profesionales se identifica que, a pesar de que hayan comenzado a ejercer en diferentes épocas y que tengan experiencia en diferentes medios, las periodistas coinciden en algunos aspectos claves relacionados con el campo del periodismo deportivo y su ejercicio profesional.

**Palabras Clave:** Periodismo deportivo, rutinas periodísticas, trayectorias profesionales, noticia, medios de comunicación.

## Contenido

1.	Introducción .....	8
2.	Planteamiento del problema.....	10
3.	Objetivos .....	15
3.1.	Objetivo general.....	15
3.2.	Objetivos específicos .....	15
4.	Justificación .....	16
5.	Antecedentes .....	18
5.1.	Metodológico .....	18
5.2.	Contextual .....	19
5.3.	Conceptual.....	20
5.4.	De productos .....	21
6.	Marco contextual .....	23
7.	Marco Teórico.....	29
8.	Metodología .....	36
8.1.	Tipo de investigación .....	36
8.2.	Contexto sobre las periodistas entrevistadas .....	37
8.3.	Instrumentos para la recolección y análisis de información .....	40
8.4.	Producto: Reportaje sonoro en formato <i>podcast</i> .....	44
8.5.	Categorías de análisis .....	45
8.6.	Criterios de inclusión para la selección de las periodistas .....	47
8.7.	Aspectos éticos .....	48
9.	Resultados y análisis .....	50
9.1.	Producto: Ellas al micrófono.....	50

9.2. Principales hallazgos .....	54
9.2.1. Trayectoria Profesional .....	54
9.2.2. Rutinas periodísticas .....	56
9.2.3. Medios.....	61
10.    Discusión y conclusiones .....	66
10.1.    Caracterización de rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas	67
10.2.    Construcción de historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales .....	68
10.3.    Realización de un reportaje sonoro en formato <i>podcast</i> que revele las historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas en relación con sus trayectorias profesionales.	69
10.4.    Limitaciones de la investigación y posibilidades de nuevos estudios .....	70
11.    Referencias bibliográficas.....	72
12.    Anexos .....	76
12.1. Transcripción entrevistas.....	76
12.1.1. Transcripción entrevista Laura Camila Hernández Arias .....	76
12.1.2. Transcripción entrevista Stephanía Montero Zapata .....	82
12.1.3. Transcripción entrevista Ana Milena García Domínguez .....	92
12.1.4. Transcripción entrevista Claudia Helena Hernández Medina .....	98
12.2. Guiones para reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono .....	108
12.3. Formato de consentimiento informado .....	125

### **Listado de tablas**

Tabla 1.	Instrumentos para la recolección y análisis de información .....	40
Tabla 2.	Matriz de categorías, subcategorías de análisis y preguntas orientadoras. ....	46
Tabla 3.	Descripción del reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono .....	50
Tabla 4.	Enlaces reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono .....	53

### **Listado de figuras**

Figura 1:	Muestra fragmento tabla para guion de reportaje sonoro: Ellas al micrófono. ....	52
-----------	--	----

## 1. Introducción

En este documento se presentan los resultados del trabajo de grado titulado *Trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus rutinas periodísticas*. Trabajo que se realizó bajo la dirección del profesor Jorge Enrique Manrique Grisales y como un requisito para la obtención del título de comunicadoras de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo principal describir las trayectorias profesionales, desde el concepto de rutinas periodísticas, de cuatro periodistas deportivas colombianas en diferentes épocas a través de un reportaje sonoro en formato *podcast*. Las periodistas entrevistadas para la investigación fueron: Laura Camila Hernández Arias, Stephanía Montero Zapata, Ana Milena García Domínguez y Claudia Helena Hernández Medina.

Esta investigación tuvo como resultado la realización de un reportaje sonoro tipo *podcast*: *Ellas al micrófono*, estructurado en cuatro episodios. Así mismo, como principales hallazgos se tuvieron la caracterización de rutinas periodísticas de las cuatro periodistas deportivas entrevistadas, a partir de aspectos como: cubrimiento de noticias, manejo de fuentes y producción. Y, el reconocimiento de sus trayectorias profesionales según sus estrategias de inserción, el ambiente laboral, los horarios de trabajo, los aspectos que no compartían de las organizaciones en las que trabajaron y el manejo que estas les daban a las redes sociales.

El documento se divide en doce capítulos y en cada uno se presenta la información necesaria y aspectos tenidos en cuenta para la realización de la investigación. Se da inicio con la presente introducción y el planteamiento del problema, en donde se evidencia la temática abordada y la pregunta problema. Luego, se encuentran los objetivos (general y específicos) y la justificación,



que explica la motivación para realizar el proyecto y los aportes de este para la comunicación y el proceso formativo de quienes lo realizan.

Seguido de la justificación se plantean los antecedentes, el marco contextual y el marco teórico, que se constituyen como referentes y punto de partida para el desarrollo del trabajo. A continuación, en la metodología está consignado el tipo de investigación, instrumentos de recolección y análisis de información y datos asociados al producto realizado. Después se dan a conocer los resultados y el análisis en torno al producto y a la información recolectada en las entrevistas, junto con la discusión y conclusiones obtenidas. Finalmente, se encuentran las referencias bibliográficas consultadas en bases de datos especializadas y los anexos que evidencian algunas etapas del proyecto.

## 2. Planteamiento del problema

En este apartado se presenta la temática a estudiar en este proyecto de investigación. Se realiza a partir de la definición de periodismo y un contexto deductivo, con base en la mujer periodista deportiva como objeto de estudio. Finalmente, se concluye con la pregunta problema orientadora.

El periodismo se conoce como una profesión caracterizada por la búsqueda, construcción y difusión de información de interés y actualidad dirigida a los públicos por medios tales como radio, prensa, revistas, televisión o portales web. Con el transcurso del tiempo, dicha profesión se ha ampliado en los diferentes medios y se ha diversificado en temáticas especializadas; una de ellas es el periodismo deportivo.

Sin embargo, desde sus inicios este campo se ha caracterizado por la ausencia de equidad respecto a la cantidad de mujeres que lo ejercen en comparación con los hombres. Es por esta razón que para contextualizar se deben tener en cuenta los cambios que se han dado para el género femenino en los aspectos laborales y educativos. Frente a lo anterior, Steiner (1997) citado por Fernández y Campos (2015), sostiene que:

El periodismo fue un oficio asociado a los hombres desde su profesionalización y durante décadas, tanto desde el punto de vista laboral como del consumo. Tanto es así que en Estados Unidos en el año 1880 del total de 30.098 periodistas tan solo 288 eran mujeres. En 1890, una década después, esa cifra había crecido hasta las 2.193 mujeres. Tras el paso de sesenta años, a mediados del siglo XX, seguía siendo una profesión esencialmente dominada por hombres, puesto que los puestos femeninos suponían un 32 por ciento del total (p. 1048).

Bustelo (1983) señala que hasta los años de 1960 y 1970 la mujer se había desempeñado laboralmente como empleada de hogar o ayudante de campo. Sin embargo, con el desarrollo industrial, la mujer empieza a incorporarse en un número importante al mundo de los asalariados. El mayor incremento se da en mujeres jóvenes y solteras. Por ejemplo, en España la población femenina económicamente activa pasa del 16 % de la población activa total en 1950 al 28,5 % en 1975. Lo anterior constituye un referente histórico e indica un crecimiento sostenido de mujeres laboralmente activas.

El incremento histórico de mujeres también se presentó en el ámbito educativo, más precisamente en las universidades. Bonder (1994), señala que la participación femenina en el nivel superior experimentó un incremento significativo en Latinoamérica, dado que el porcentaje de mujeres matriculadas entre 1970 y 1985 aumentó de un 35 % a un 45 %. El autor explica que este incremento es particularmente relevante en América Latina. En efecto, en la tercera parte de los países latinoamericanos se matriculan en el nivel superior 80 o más mujeres por cada 100 hombres. Así pues, los datos muestran el incremento que a lo largo de los años ha tenido el número de mujeres que empiezan su educación superior, lo que en años anteriores se veía imposible. Esta evidencia es de vital importancia ya que permite tener un punto de partida histórico sobre el crecimiento de las oportunidades laborales y educativas para la mujer en los últimos 70 años en la región, no obstante, la persistencia de los índices de pobreza, que afectan en gran proporción a las mujeres en esta parte del mundo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mujeres O.N.U (2017) expone que “en la actualidad, en América Latina y el Caribe, la tasa de participación laboral femenina es 26 puntos porcentuales inferior a la masculina y el desempleo entre las mujeres es 50 % mayor que entre los hombres. En América Latina, la proporción de mujeres que no cuenta con ingresos propios es dos veces mayor que la de los hombres y la brecha salarial de género persiste incluso cuando las mujeres han alcanzado mayores logros educativos. A pesar de la reducción general de la pobreza y la contribución de la participación laboral femenina a dicha reducción, esta se feminizó a lo largo de la última década. Entre 2002 y 2014, la pobreza en América Latina disminuyó casi 16 puntos porcentuales. Durante el mismo período, sin embargo, subió 11 puntos el índice de

Por otro lado, el periodismo en Colombia tuvo sus primeros asomos con la publicación de *El Aviso del Terremoto* en 1785. Posteriormente, el 9 de febrero de 1781, aparecería *El Papel Periódico de Santafé de Bogotá*, dirigido por el autodidacta cubano Manuel del Socorro Rodríguez, y que es considerado como el primer periódico que tuvo lo que hoy se conoce como Colombia (Cacua Prada, 1968).

Con respecto a la incursión de la mujer en el periodismo colombiano, Carreño y Guarín (2008) hacen una aproximación histórica en el contexto colombiano al afirmar que:

La irrupción de la mujer en los medios de comunicación en Colombia se dio en la segunda mitad del siglo XX [...] pero sólo a comienzos de los años 50 las mujeres asumieron el oficio periodístico de tiempo completo, como una opción profesional. [...] Este proceso se dio paralelamente con la penetración de la mujer en la esfera pública, cuando dejó de pertenecer exclusivamente al ámbito doméstico y comenzó a trabajar fuera de casa y con la obtención de su ciudadanía, cuando tuvo derecho al voto (p.32).

Y aunque en un principio se concebía como un campo laboral para hombres, con el tiempo se ha visto una mayor participación de mujeres en la profesión; aún así, de acuerdo con Héctor Rincón, citado por Carreño y Guarín (2008): “el acceso de la mujer a las estructuras periodísticas es muy reciente, razón por la cual su presencia no es equitativa aún” (p. 80).

El periodismo televisivo, radial y de prensa cuenta con diferentes temáticas entre ellas: economía, entretenimiento, opinión y deportes. Como se mencionó, el área de interés de esta

---

feminidad de la pobreza, que refleja el porcentaje de mujeres pobres de 20 a 59 años con respecto a la proporción de hombres pobres de ese mismo rango etario. En 2014, el porcentaje de mujeres pobres era 18 % superior al de los hombres. En el Caribe, los niveles de pobreza siguen siendo altos y, en algunos países, parecen haber aumentado como resultado de la crisis económica de 2008-2009. En la mayoría de los países del Caribe, la probabilidad de caer en la pobreza es significativamente más alta los hogares encabezados por mujeres” p. 6.

investigación será el periodismo deportivo, donde se puede percibir un crecimiento en la participación por parte de mujeres periodistas en la televisión, la radio y la prensa.

El periodismo deportivo resulta bastante llamativo al ser un campo tradicionalmente representado por periodistas hombres, tal y como lo expresan Calvo y Gutiérrez (como se citó en Matud, Rodríguez-Wangüemert & Espinosa Morales, 2017), al afirmar que tradicionalmente la sección deportiva ha estado dominada por los hombres, aunque en los últimos años se ha encontrado una mayor tolerancia hacia la presencia de mujeres periodistas. Sin embargo, los hombres siguen predominando en los puestos de decisión y como profesionales de la información. Desde esta perspectiva, se confirma la importancia de realizar una caracterización de las rutinas periodísticas de periodistas deportivas en Colombia en diferentes épocas para conocer cómo ha sido la trayectoria profesional del género femenino en este campo laboral.

Además, el periodismo deportivo, no solo se ha posicionado como campo de mayor éxito social, de prestigio, sino que ha sido un escenario de cambio y de desarrollo en los últimos años, en especial con la llegada de la Internet. Esto ha transformado la forma en la que se producen las noticias y las redacciones periodísticas, como lo afirma Rojas (2014): “En medio del nuevo escenario digital, el periodismo ha encontrado en el entorno 2.0, en los blogs y, muy especialmente, en los *social media* uno de sus principales y más eficaces vectores de difusión de contenidos” (p. 181). En este sentido, la forma de hacer periodismo deportivo ha pasado por un proceso de cambios, se ha reestructurado, desde las plataformas en las que se presenta el contenido hasta los formatos en los que se produce.

En consecuencia, la perspectiva de la investigación va encaminada a presentar la manera cómo las periodistas deportivas construyen realidad a partir de las noticias en los medios de

comunicación que han ejercido o en los medios emergentes (digitales) y a comparar las formas de hacer periodismo en diferentes épocas de la historia.

Todo lo anterior lleva a proponer la siguiente pregunta como orientación de este estudio:

¿Cómo han sido las trayectorias profesionales de cuatro mujeres periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas a partir de sus rutinas periodísticas?

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Desde el concepto de rutinas periodísticas, describir las trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas en diferentes épocas a través de un reportaje sonoro en formato *podcast*.

#### **3.2. Objetivos específicos**

1. Caracterizar las rutinas periodísticas de cuatro periodistas colombianas que ejercieron su profesión en distintas épocas.
2. Construir historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales.
3. Realizar un reportaje sonoro en formato *podcast* que revele las historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas en relación con sus trayectorias profesionales.

#### 4. Justificación

Una vez definidos los objetivos se procede a exponer las razones que motivaron a realizar esta investigación, teniendo en cuenta los aportes que esta temática puede brindar al campo de la comunicación y el periodismo, y al proceso formativo de quienes realizan la investigación.

Esta investigación tiene como finalidad contribuir al reconocimiento de las rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas que describen sus trayectorias profesionales.

Las rutinas periodísticas y trayectorias profesionales de mujeres periodistas deportivas se presentan como una cuestión propicia para ser estudiada desde el campo de la comunicación, debido a la importancia que el periodismo deportivo tiene para la sociedad actual. Porque como lo afirma Casadiego (2018), el deporte en el país y en el mundo es uno de los referentes primordiales del periodismo, y su influencia en la sociedad alcanza dimensiones que lo convierten en un espacio para el desarrollo de la cultura, la economía y la política.

Estudiar el desempeño laboral y caracterizar las rutinas en las que se han visto inmersas las periodistas es relevante por cuanto el periodismo deportivo constituye un área de primera importancia para el desarrollo de la cultura y el entretenimiento a nivel global, donde se hacen visibles tanto el espíritu deportivo y su valor económico y cultural, como el carácter incluyente y equitativo de una sociedad en particular.

En tal sentido, tal y como lo analizan Hernández, Osorio y Zapata, citados en Rojas (2014), el periodismo deportivo se ha establecido como el producto informativo con mayor interés colectivo y éxito social; y su evolución ha permitido el establecimiento de vínculos entre las



comunidades a las que se dirige, cumpliendo la función específica de instrumento civilizador y constructor del tejido social.

Los resultados de esta investigación pueden resultar útiles a estudiantes de Comunicación, a comunicadores y a periodistas, porque tras indagar sobre la trayectoria profesional de las periodistas deportivas, se logran evidenciar los cambios en las rutinas periodísticas en diferentes organizaciones y épocas de desempeño profesional. Por otro lado, también se evidencian las posturas personales de las periodistas frente a la evolución que ha vivido el periodismo deportivo con la llegada de la Internet y la incursión de medios de comunicación digitales y redes sociales.

Este proyecto de investigación resulta provechoso en diferentes aspectos para el proceso formativo de quienes lo realizan. Primero, permite tener un acercamiento al contexto laboral del periodismo deportivo al que se pueden enfrentar durante su vida profesional en Colombia. Segundo, ayuda a fortalecer la capacidad de análisis y postura crítica frente a la información recolectada por parte de las entrevistadas y de la consulta de referencias. Por último, brinda herramientas útiles para el correcto desempeño como comunicadoras en actividades especializadas como la realización de entrevistas semiestructuradas y la búsqueda de información bibliográfica.

Por todo lo anterior, es necesario realizar esta investigación para identificar y analizar en mujeres periodistas deportivas en Colombia las diferentes rutinas periodísticas que han caracterizado sus respectivas trayectorias profesionales, y que también trazan un camino para periodistas deportivas en formación.

## 5. Antecedentes

Después de realizar consultas en bases de datos y encontrar diferentes artículos y trabajos de grado relacionados con la temática en cuestión, se procede a organizar en cuatro grupos los estudios y reportajes sonoros encontrados que representan un aporte para esta investigación desde la perspectiva metodológica, contextual, conceptual y de producto.

### 5.1. Metodológico

Amado (2017) expone la progresiva incorporación de mujeres a la profesión periodística en Argentina durante los años 2016 y 2017; lo cual conlleva a una transformación sociodemográfica del periodismo. Y plantea la utilidad de partir de datos de campo para cuestionar el sentido común que construye el imaginario de cada medio y de cada periodista, constituyendo un aporte para este trabajo al mostrar que el estudio cualitativo es un método adecuado para estudiar y analizar el proceso de incorporación laboral de la mujer periodista en los medios de comunicación y las condiciones en que esta transformación se desarrolla.

Mojica, Espinel y Botero (2019) como resultado de una investigación, se acercaron a las rutinas, los roles y las transformaciones del ejercicio del periodismo en las mujeres periodistas de San José de Cúcuta en el 2015, teniendo en cuenta la tendencia de desigualdad de género a través de los salarios, las responsabilidades profesionales y la credibilidad. Se resalta de este artículo una metodología de estudio, es decir, las historias de vida, que se pueden tener en cuenta para este proceso de investigación pues, como lo afirman Mojica *et al.*, (2019), “las historias de vida son un método que permiten acercarse a las prácticas y rutinas del periodista, identificando procesos y

procedimientos para la obtención y tratamiento informativo que frecuentemente es estudiado desde el análisis cuantitativo” (p. 357)

Asimismo, Pino y Martín (2016) realizaron una investigación cualitativa donde estudian las múltiples mediaciones que intervienen en la recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo (NND) de Cuba, enfatizando en estereotipos de género. El aporte que esta investigación deja para el presente estudio es de tipo metodológico con las entrevistas semiestructuradas como instrumentos de investigación. En este caso fueron dirigidas a estudios de género y deporte en Cuba, lo cual puede ser provechoso en pro de recolectar información no sólo del grupo objetivo de estudio (mujeres) sino también para tener una perspectiva más completa del contexto.

## **5.2. Contextual**

En un estudio, Varela (2019) expone y distingue el trabajo de las mujeres pioneras como profesionales de la información más relevantes de la segunda mitad del siglo XX. Esta perspectiva es útil porque brinda un contexto para el periodismo femenino y también destaca el arduo trabajo y la excelente producción periodística realizada por ellas. Los autores sostienen que no se puede entender ese periodo histórico sin el trabajo de las mujeres en general y del feminismo en particular, y tampoco se puede entender la difusión del feminismo y su contribución esencial en los medios de comunicación sin el relato de vindicación feminista.

Además, Chanamé (2016) expone un análisis de la mujer laborando como periodista deportiva donde expone diferentes retos que ha superado para desempeñarse en el campo laboral. Además, recalca la importancia de la preparación académica y práctica que debe adquirir una periodista deportiva para su formación integral y de calidad. Asimismo, expone al deporte como

la actividad social más difundida en los medios y reconoce su capacidad de abarcar públicos tan amplios, se ratifica la presencia y el auge de mujeres periodistas deportivas en la actualidad en diferentes medios. Hace un enfoque en la oferta académica por parte de las universidades en la especialidad de periodismo deportivo donde sin importar género se plantea formar un profesional íntegro. Así, el aporte de este artículo brinda contexto sobre la mujer periodista deportiva, donde analiza su preparación académica, experiencias a partir del desempeño en su trabajo, condiciones, dificultades y retos laborales que permiten caracterizar su mundo laboral.

### **5.3. Conceptual**

En cuanto a los aspectos conceptuales, Carreño y Guarín (2008) a través de un estudio (cuantitativo y cualitativo -de *Newsmaking*-) evaluaron las condiciones laborales de las periodistas en Colombia bajo el enfoque de la inequidad, las diferencias de género en las prácticas periodísticas y las condiciones de trabajo de las periodistas a partir de una construcción histórica de la mujer en este oficio. Así, el aporte a este proyecto de investigación radica en la participación de la mujer en los medios de comunicación masiva en Colombia y aporta un marco conceptual de los términos género, rol, equidad e igualdad de género y da a conocer prácticas y rutinas de las periodistas a las que se enfrentan como lo son: el mito de la belleza, la maternidad y la familia, el acoso y salarios y horarios.

Se encontró también a Rojas (2014) quien presenta un análisis de mujeres periodistas deportivas donde busca conocer las condiciones, dificultades y retos a los que se enfrentan las profesionales de la información deportiva donde incluye el campo digital como un nuevo medio de acción para el periodismo deportivo donde las periodistas deportivas obtienen nuevos perfiles profesionales como periodistas multitarea o multifunción. Además, expone los nuevos formatos

que se han venido desarrollando con los avances tecnológicos como el periodismo de datos, la representación visual y piezas narrativas. Este artículo resulta valioso para la presente investigación pues aporta diferentes conceptos que engloban el mundo laboral de mujeres periodistas deportivas como periodistas multifunción, escenarios digitales y nuevas narrativas. Incluso, brinda un marco contextual importante al exponer las diferentes prácticas laborales en medios emergentes como los digitales realizadas por mujeres periodistas deportivas.

#### **5.4. De productos**

Para la realización del reportaje sonoro en formato *podcast*, se tuvieron en cuenta diferentes referentes en plataformas como *Spotify* e *Ivoox*.

*La celda: voces de libertad* es un *podcast* que cuenta historias de personas privadas de la libertad en Colombia en búsqueda de una segunda oportunidad. Cuenta con 5 capítulos, producidos por Johana Bahamon con la fundación acción interna en compañía de *El Espectador*. El aporte de este producto sonoro es el formato en el que se reproduce, pues es una conversación de tipo pregunta/respuesta que va narrando una historia. En un principio se contextualiza al oyente sobre el personaje principal, su información y recorrido para finalizar con una reflexión y muestra de su estado actual.

*Máximo desempeño* es un *podcast* producido por la revista *Semana* que se enfoca en entrevistar personajes reconocidos e indagar por la manera cómo desarrollan su mentalidad y hábitos para alcanzar el éxito. El *podcast* tiene diferentes capítulos y cada uno tiene personajes distintos. El aporte que brinda este reportaje sonoro es de tipo estilístico pues su formato inicia con fragmentos de la entrevista que más adelante va a desarrollar a profundidad pero que cumplen una

función atractiva para el oyente como muestra de lo que va a escuchar, siendo esto una idea provechosa para el producto de la presente investigación.

*Jefa de tu vida.* El *podcast* de Charuca, es un *podcast* alojado en *Ivoox* y *Spotify*, plataformas que cuentan con aplicación móvil y página web. Su creadora y conductora es Charo Vargas que busca, a partir de los 91 episodios que ha producido hasta ahora, darle herramientas y recursos a la audiencia para ser “la jefa de tu vida”. En promedio los episodios tienen una duración de 60 minutos y en cada uno de ellos tocan temas de interés con invitados que son entrevistados por Charo Vargas o que la entrevistan a ella. El aporte de este *podcast* es principalmente ser una guía de estructuración para el producto de este proyecto de investigación, pues cada episodio cuenta con elementos como una introducción al episodio y al personaje invitado, y al inicio una manera innovadora de lograr generar interés al oyente. Por otro lado, aunque las entrevistas no están enfocadas en profundizar en las historias de vida de los invitados, las temáticas permiten que estos si compartan algunas experiencias de su vida o proceso con relación al tema seleccionado.

*Piedra de toque* es un programa radial en formato *podcast* especializado en viajes, montaña y derechos humanos. Es presentado y dirigido por Iñaki Makazaga desde el 2010. Hasta diciembre de 2020 se publicaron ocho temporadas de capítulos con una duración de entre 20 y 30 minutos. Este programa se genera a partir de entrevistas a invitados sobre las temáticas en las que se especializa el *podcast*, que permiten que el invitado relate su historia o experiencia. El aporte de *Piedra de toque* es de tipo estructural y estilístico, cuenta con una introducción del programa y del personaje, y con elementos de ambientación como música al inicio y al final de cada episodio que son de interés para guiar la edición del producto de esta investigación.

## 6. Marco contextual

A continuación, se presenta el contexto del periodismo en América Latina para después realizar un acercamiento al periodismo deportivo en Colombia, teniendo en cuenta su llegada, su evolución por décadas y la incursión de la mujer en este campo.

Hablar de periodismo a nivel general en América Latina es hacer referencia a sus primeros pasos, que según Verdugo (2019), se dieron en el siglo XVIII principalmente en Lima y México, a través de la prensa o los diarios. Más adelante en la primera mitad del siglo XX, llegó la radio a América (Estados Unidos) y años más tarde se implementó en América Latina (Álvarez y otros, como se citó en Verdugo, 2019).

Con el tiempo también cambiaron las necesidades de las audiencias y como respuesta a esas necesidades y a las de los medios de tener un mayor alcance informativo y de contenidos, surgió el periodismo especializado, que, según Rodríguez, citado por Verdugo (2019), se dio en la década de los sesenta en Estados Unidos. Una de las ramas del periodismo fue el deporte, gracias a su gran influencia e impacto social. Los colombianos vieron los primeros espacios de periodismo deportivo en la prensa en la segunda década del siglo XX, pero estos eran limitados.

El periodismo deportivo en Colombia surge como consecuencia de la práctica de actividades deportivas provenientes de la cultura europea. Su propósito inicial, a comienzos del siglo XX, era orientar y educar a los periodistas, pues en un comienzo se procuraba promover el deporte y sus ventajas (Puentes, 2017). Los primeros periodistas deportivos de Colombia se formaron en los reglamentos del baloncesto y el fútbol, es decir, los deportes que a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX comenzaron a llegar a Colombia y que eran propios de clubes sociales.

Se interesaban por las reglas más que por lo técnico (Manrique-Grisales, comunicación personal, 1 de octubre de 2020).

En el siglo XVIII llegó la prensa al país, pero fue en el siglo XX cuando se consolidaron los periódicos más importantes, *El Espectador* y *El Tiempo*. En este mismo siglo llegó la radio y la forma de hacer periodismo comenzó a cambiar también (Verdugo, 2019). Esta, según Puentes (2017) es la época del desarrollo, de 1920 a 1940, en donde el deporte pasó de las clases altas a las clases populares. Esto permitió la ampliación de la información deportiva y llevó a que los periodistas deportivos se comenzaran a capacitar más respecto a los reglamentos de los deportes para instruir a los interesados.

El fútbol primero se jugaba en clubes a nivel aficionado, a partir de patrocinios de municipios o tiendas de pueblo, para poder ir a jugar a otros pueblos contra otros equipos. Los jugadores en esa época no recibían salario como hoy en día. El deporte lo patrocinaban gobiernos o pequeños comercios y los deportistas eran a su vez trabajadores y desarrollaban otras actividades.

Entre 1940 y 1960 se dieron grandes eventos y grandes transmisiones en el país. Desde 1948 cuando se creó la Liga Colombiana de Fútbol comenzó el negocio de los contratos y se empezaron a traer futbolistas extranjeros. Así, en Colombia jugaron deportistas de la elite mundial, como por ejemplo Alfredo Di Stefano, consolidando la famosa época dorada del fútbol y aumentando el interés de los periodistas (Manrique-Grisales, comunicación personal, 1 de octubre de 2020).

En particular, según Galvis como se citó en Torres (2010), un comienzo sólido se dio en 1948 cuando nace el campeonato profesional de fútbol y se amplía con la Vuelta Colombia en 1951 y las participaciones de ciclistas colombianos en carreras internacionales. Con el



fortalecimiento del deporte, se consolidan también en los medios informativos, tanto en la radio como en la prensa, las secciones especializadas para la información deportiva.

Por otro lado, Galvis, como se citó en Torres (2010), afirma que, para él, la conocida “época dorada del periodismo deportivo”, es decir, la década de los 80, fue la mejor en términos de secciones deportivas por la extensión de las notas, los contenidos y triunfos deportivos tanto nacionales como internacionales. Además, en esos años prevalecían todavía el reportaje, la crónica y las historias de vida.

En los años 90 se realizaban transmisiones por televisión con mejor tecnología, y la Selección Colombia generaba mayor interés por su participación en los mundiales, esto porque en 1990, después de 28 años, el país volvió a un mundial de fútbol. Esto significó una innovación para el estilo propio de la narración para la televisión. Al principio, los narradores de fútbol para televisión eran muy parcos, contrario a los narradores de radio que eran más descriptivos para que el oyente comprendiera todo. Con el Mundial de Italia comenzó la era de la narración del fútbol como se conoce hoy en día. Ahora se narra como en la radio, con más detalle, con más emoción, más brillo (Manrique-Grisales, comunicación personal, 1 de octubre de 2020)

Sin embargo, en esta misma década también se notó una disminución en los espacios deportivos en los medios de comunicación, especialmente en los periódicos, que acababan de vivir la época dorada con la aparición de secciones especiales para el cubrimiento de eventos como el Tour de Francia y la Vuelta a España. Así mismo, disminuyeron el uso de los géneros más usados en la época dorada, la crónica y el reportaje (Torres, 2010).

En la época del dorado periodístico (1960 – 1999) según Puentes (2017) “aparecen los resultados deportivos y se valoriza la profesión” (p. 58), es decir, comienzan a aparecer los

campeones mundiales de Colombia, como, por ejemplo, en atletismo Álvaro Mejía y Víctor Mora; en ciclismo Martín Emilio Rodríguez obtuvo el récord mundial de la hora y también fue campeón mundial de los 4000 metros de persecución individual. En boxeo Kid Pambelé, Antonio Cervantes, se gana por primera vez un título mundial de boxeo para el país y se consigue la primera medalla olímpica gracias a Helmut Bellingrodt en la competencia de Tiro al Jabalí en los Juegos Olímpicos de 1972 en Múnich (Manrique-Grisales, comunicación personal, 1 de octubre de 2020).

El salto tecnológico más grande que se dio en el deporte colombiano en el Siglo XX fue el mundial de fútbol de México en 1970, del cual el periodista colombiano William Restrepo fue el director de las transmisiones internacionales que se originaron desde México. Por primera vez en el mundo se hacía una transmisión a varias cámaras, se hacía la repetición de la jugada, cámara lenta, es decir, hubo mucha innovación en lo puramente técnico. Mientras que en Colombia apenas se estaba implementando la señal vía satélite para ver los partidos en vivo gracias a la antena que se instaló en Chocontá, Cundinamarca.

Igualmente, en este periodo se consolidan las estrellas del periodismo deportivo y comienza la incursión de personas con formación académica en periodismo y locución, aunque el gobierno suprime la tarjeta profesional y esto permite el ingreso de cualquier persona a los medios de comunicación. También se dio la aparición de medios y canales televisivos especializados. Sin embargo, Puentes (2017) también aclara que el periodismo deportivo se vio marcado por el narcotráfico y el conflicto armado del país y algunos medios y periodistas se vieron influenciados y amenazados por los narcotraficantes quienes, se rumora, aportaban a las cadenas radiales y estas dependían de esos aportes.

Para el año 2000, el deporte es una industria y se genera mucho dinero por el tema de las transmisiones deportivas y las exclusividades. El negocio comienza a ponerle un alto valor al deporte.

Ahora bien, la incursión de la mujer en el periodismo colombiano se dio en la década de los 40 en la radio, pero fue 40 o 50 años más tarde cuando comenzó a tener protagonismo en el periodismo deportivo. Al comienzo el panorama era desalentador, pero con el tiempo, las luchas por la igualdad, el acceso a la educación y demás factores permitieron que la mujer poco a poco fuese ingresando a este campo laboral. Se debe entonces hacer referencia a dos pioneras en el campo, Alegre Levy y Claudia Helena Hernández, quienes comenzaron su vida en el periodismo deportivo en Cali y Bogotá respectivamente. Son dos mujeres reconocidas en este campo por su profesionalismo y por abrirse camino en este escenario, siendo Claudia Helena Hernández, según Castellanos y Orjuela, como se citó en Verdugo (2019) la primera mujer en entrar a un camerino de fútbol y una de las que alzó su voz con más fuerza en el periodismo deportivo, un campo laboral que desde sus inicios ha significado un reto para las mujeres.

Además, como lo afirman Santillana y Molina (2018), una de las apariciones importantes de la mujer en el periodismo se dio por parte de Judy Lizalda, quien es reconocida como la primera mujer comentarista deportiva en la radio.

Por otro lado, el periodismo deportivo no ha estado exento de los cambios que ha traído la llegada de la Internet a la sociedad. La forma en la que se producen noticias ha cambiado, así como las plataformas en las que se distribuyen. Con el surgimiento y crecimiento de la Internet han nacido nuevos medios digitales con mayor alcance en las nuevas plataformas y mayor cubrimiento. Y, se ha apostado a nuevos formatos informativos como el periodismo de datos, las piezas

narrativas de larga extensión y los elementos para la representación visual de los contenidos. Finalmente, los medios y los formatos no son los únicos que han sufrido cambios. Los perfiles profesionales también se han tenido que adaptar a esta evolución del campo laboral y han tenido que desarrollar competencias adicionales para lograr desempeñarse en los nuevos formatos (Rojas, 2014).

## 7. Marco Teórico

En este capítulo se expone la perspectiva teórica desde la cual se aborda la presente investigación y se complementa con conceptos claves que permiten el correcto desarrollo de cada uno de los objetivos planteados.

Esta investigación se aborda desde la perspectiva cultural e histórica relativa al rol de la periodista deportiva y a las transformaciones de su trayectoria profesional vista a lo largo del tiempo, como un fenómeno de múltiples dimensiones.

Desde el punto de vista epistemológico de la teoría social, el desarrollo de estas perspectivas significa que este proyecto de investigación adoptará un sentido cualitativo, el cual es propio de un esfuerzo interpretativo que, según Verdugo (2019): “se encarga de estudiar la realidad que vivimos en su contexto natural” (p. 8). Para lo anterior la información se recoge a partir de la observación de comportamientos naturales, discursos y de respuestas abiertas para así, elaborar una interpretación de los significados, desde un sentido ideográfico, es decir, fundado en las percepciones de las propias protagonistas; aunque estas estarán frecuentemente enmarcadas por condiciones previsibles y normalizadas, que dotan a ciertas partes del trabajo teórico de caracteres nomotéticos, como por ejemplo, las estadísticas del empleo femenino en ciertos medios, los marcos legales del mercado de trabajo, e inclusive los conjuntos de estereotipos que gobiernan las decisiones sobre roles femeninos y masculinos en el periodismo deportivo.

Asimismo, los análisis adoptarán una lógica deductiva siguiendo los lineamientos de (Orozco y González, 2011), ya que, en cuanto a recolección de información, se ha trabajado de lo general a lo particular, pues se estudia la posición de la mujer en las sociedades y se revisa una serie de referentes que conducen hasta el análisis laboral en el campo específico del periodismo

deportivo. Además, los datos recolectados servirán como medio de contraste una vez se realice el trabajo de campo planteado en la metodología.

Una vez planteado lo anterior, se dan a conocer los diferentes conceptos claves para el desarrollo de este proyecto de investigación.

### **7.1. Noticia y cubrimiento noticioso**

Martini y Luchessi (2004) definen la noticia como: “la construcción de un suceso de la realidad que se presenta como un interrogante” (p.20). Existen diferentes tipos de noticias, entre ellas está la noticia en desarrollo que bajo los planteamientos de Tuchman (1983) se define como: “situaciones emergentes” (p. 68) que a su vez se conocen como noticias súbitas pues ocurren en el instante y no se necesita un informe detallado u oficial de lo ocurrido en ese momento.

En este mismo contexto, Tuchman (1983) define diferentes tipos de cubrimientos por parte del periodista, entre ellos presenta el cubrimiento especial como los acontecimientos que exigen al periodista y al medio darle una extensión mayor, tanto por su complejidad como por su importancia que supone para la actualidad en la sociedad. Son aquellas noticias que tienen una extensión más completa, pueden ir acompañadas de columnas de opinión, análisis de expertos y diferentes herramientas multimedia y de esta manera garantizar que los lectores comprendan en su totalidad el suceso.

### **7.2. Rutinas periodísticas**

En cuanto a rutinas periodísticas Tuchman (1983) hace referencia al término como el conjunto de prácticas que tienen los periodistas para la selección, redacción y publicación de una noticia. Martini (2000) sostiene que en un trabajo como el periodismo los tiempos resultan insuficientes, es necesario organización y coordinación basadas en prácticas rutinarias, que a su vez permitan flexibilidad para encargarse de algún suceso inesperado o extraordinario. Así mismo, expone que en las rutinas periodísticas se incluye una forma de pensar la realidad y una visión del mundo que van más allá de las formas organizativas de trabajo.

## **7.2. Noticiabilidad**

Salazar (2019) define noticiabilidad como: “los criterios que tienen los periodistas y los medios para la elección de la información” (p.16). De igual forma, como afirma Martini (2000) los criterios de noticiabilidad se definen como las condiciones y valores que se pueden aplicar a los acontecimientos o situaciones particulares que permiten usarlos como herramienta de selección y construcción de noticias.

Como los componentes de la noticiabilidad según Martini (2000) permiten considerar la relevancia de los acontecimientos dependiendo del contexto donde sucedan, para esta investigación este aspecto es fundamental porque permite caracterizar las rutinas periodísticas de las periodistas deportivas entrevistadas.

## **7.3. Fuentes informativas**

Según Tuchman (1983), tener un amplio repertorio de fuentes informativas le da al

periodista cierto *status* frente a los demás. Sin embargo, este *status* se ve definido también por la importancia de las fuentes. Mientras más importantes y mayor sea su alcance dentro de la institución en cuestión, aumentará el renombre del periodista. Además, Rivera, Pereira y Yaguache (2015) sostienen que las fuentes son diversas y se definen como los emisores de datos de los que se sirve el profesional de la información para proceder a la redacción o construcción de la noticia.

#### **7.4. Medios de comunicación**

Los medios de comunicación, según Freidenberg (2004) son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social, productora cultural que informa, entretiene, educa y ayuda a difundir un conjunto de símbolos, íconos e imágenes respecto de la vida social y de la comprensión de su historia y su desarrollo. Estos se constituyen como el entorno profesional y laboral de las periodistas.

#### **7.5. Trayectoria profesional**

Trayectoria profesional, que, en su sentido más general, según Selva, Sahagún y Pallarés (2011) hace referencia a: “las diferentes etapas por las que transita el individuo después de finalizar su formación en una profesión determinada o en el momento de insertarse en una actividad laboral” (p. 229). Sin embargo, para efectos de este estudio, se define como una etapa de la historia personal cuando un sujeto es capaz de desempeñar un rol económico y social, a través de un oficio o profesión legítimo en un área de desempeño, fundamentado en conocimientos y destrezas,



adquiridas mediante el estudio y la experiencia laboral. La trayectoria es un proceso constituido por desafíos, estrategias de solución y logros personales y profesionales.

En concordancia con el segundo objetivo de este proyecto de investigación y con el fin de poder reconocer las historias de vida de las cuatro periodistas deportivas entrevistadas, es importante hacer énfasis sobre sus trayectorias profesionales. De modo que, se logre indagar sobre las diferentes etapas de su vida laboral que les han permitido posicionarse en el campo.

## **7.6. Agenda *Setting***

La agenda *Setting*, según Rodríguez (2004) es una de las teorías más representativas de los medios de comunicación y se ha encargado de estudiar la forma en la que los medios influyen en las audiencias mediante los temas que consideran de mayor importancia.

En este sentido, por agenda se entienden los temas considerados relevantes para el medio y que pasan a ser relevantes también para las audiencias, así, según López-Escobar, *et. al.*, como se citó en Rodríguez (2004): “Con la teoría de la agenda-*Setting* se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad” (p. 16). Ahora bien, la agenda *Building* por su parte se presenta como un desarrollo de la agenda *Setting* y se “centra en el proceso de construcción de las noticias y los elementos que lo influyen” Aruguete (2017, p. 37).

De manera que, las periodistas deportivas, quienes ejercen su profesión en diferentes medios de comunicación, se ven influenciadas e involucradas en todas las decisiones referentes a la importancia y jerarquización de los temas a informar, pues los medios cuentan con una agenda

*Setting* definida. Así, retomar algunos aspectos de esta teoría resulta importante para evaluar la información aportada por las periodistas deportivas entrevistadas en esta investigación.

### **7.7. El podcast como contenido periodístico**

Los *podcasts* por su parte se definen como un archivo digital de audio. Marín (2019) expone al podcast como un nuevo formato que le ha permitido a la radio renovarse en el mercado informativo y moderno. Solano y Sánchez (2010) sostienen que el contenido de un *podcast* es variado pues puede incluir conversaciones entre distintas personas y acompañamiento de música que crean una composición. En el ámbito educativo resulta provechoso pues puede ser escuchado múltiples veces y se difunden contenidos en formato auditivo donde se utiliza una estructura web hipertextual lo cual promueve el conocimiento libre. Celaya, Ramírez, Naval y Arbués (2020) sostienen que gracias al auge que ha tenido el *podcast* en los últimos años, se puede catalogar como un análogo al fenómeno de *YouTube*, pero en el ámbito auditivo pues sirve de extensión de los medios tradicionales donde se destacan las plataformas de *Spotify* y *Apple Music* como exhibidores de los diferentes archivos. En la misma investigación, se destaca también el uso educativo y las ventajas para difundir información de carácter científico y académico gracias a la facilidad de reproducción sin fronteras que el *podcast* permite al ser un aliado estratégico de muchas organizaciones pedagógicas como medio de difusión de entrevistas, y contenido creado para públicos específicos a nivel internacional evidenciando a su vez la utilidad para impartir información en modo no presencial.

Montiel (2011) explica que nos encontramos en una época de profundas mutaciones tecnológicas llena de innovaciones donde coexisten los medios tradicionales con los nuevos. Un

ejemplo claro es la remediación de la radio que trae un cambio total del paradigma en cuanto a plataformas y herramientas nuevas al migrar ahora como un *podcast* con propuestas creativas ahora en transmisión descargable, web y con alcance mundial cambiando de inmediato la manera en que los usuarios acceden y consumen productos radiales de su preferencia.

## **8. Metodología**

A continuación, se establecen los aspectos metodológicos claves para el desarrollo de este proyecto investigativo. Primero, se expone el tipo de investigación junto con su justificación. Segundo, se realiza un contexto sobre las periodistas deportivas entrevistadas. Tercero, se presentan y explican los instrumentos para la recolección y análisis de la información. Cuarto, se definen el proceso y las características del desarrollo del producto. Por último, se encuentran las categorías de análisis y los aspectos éticos para tener en cuenta.

### **8.1. Tipo de investigación**

Este proyecto de investigación se caracteriza por tener un abordaje metodológico de naturaleza cualitativa, la cual, según Orozco y González (2011), es aquella que: “busca particularidades o casos, intentando entender cómo el sujeto interpreta el mundo y actúa en éste” (p.79). A pesar de que se puede acudir a datos cuantitativos respecto de ciertas dimensiones del problema, las fuentes primordiales de información serán las experiencias y trayectorias profesionales de cuatro mujeres periodistas deportivas en Colombia y sus rutinas periodísticas. En este caso no se recurre a procedimientos estadísticos u otros medios de cuantificación, porque al realizar una investigación de tipo cualitativo, se pueden obtener detalles de sentimientos, pensamientos, emociones que no serían viables de obtener con los métodos cuantitativos (Corbin y Strauss, 2002).

En este mismo contexto, esta investigación se desarrollará bajo los parámetros de la teoría fundamentada: “derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí” (Corbin y Strauss, 2002, p. 21).

## **8.2. Contexto sobre las periodistas entrevistadas**

### **Laura Camila Hernández Arias**

Laura Camila Hernández Arias, profesional de la comunicación social y el periodismo, es egresada de la Universidad del Tolima del año 2019, nació en el año 1994. Acaba de culminar su especialización como periodista deportiva en la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte.

Inició su vida laboral como periodista en la Gobernación del Tolima con el Instituto Departamental de Deportes en el 2018 con creación de contenidos y trabajo de campo en el departamento de comunicaciones de la entidad. Desde 2019 hasta marzo del 2020 se desempeñó como *Community Manager* en León Gráficas S.A.S donde trabajaba para diferentes compañías a nivel regional analizando parrillas de contenido y generando estrategias de social media para la optimización de estas. Actualmente es periodista en la FM de RCN en Ibagué.

### **Stephanía Montero Zapata**

Stephanía Montero Zapata se define a sí misma como una apasionada por las comunicaciones y el deporte. Nació el 26 de septiembre de 1995 y cuenta con más de tres años de experiencia en el manejo de medios digitales y tradicionales en el área deportiva.

Estudió comunicación en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, pero en sexto semestre suspendió sus estudios por temas laborales. Es egresada de Derecho de esta misma universidad y realizó, entre otros estudios, un curso de Marketing Deportivo en la Universidad Externado de Colombia en 2019.

Inició su experiencia en el periodismo como columnista del portal Cali Buenas Noticias en 2016 y a partir de junio de 2017 continuó como reportera del club América de Cali en Radio Viva 1290 AM durante seis meses. Luego en el América de Cali se desempeñó, primero, en 2017 como Jefe de Prensa del equipo femenino; segundo, en agosto de 2017 como asistente de Mercadeo; después, en mayo de 2018 como *Community Manager* y finalmente, como Jefe de Prensa encargada desde junio de 2018 hasta octubre de ese mismo año. Igualmente, desde febrero de 2017 hasta la fecha presta sus servicios en asesoría digital a deportistas y en enero de 2019 ingresó a la Federación Colombiana de Natación a ejercer el cargo de Directora de Mercadeo y Comunicaciones, donde permanece actualmente.

### **Ana Milena García Domínguez**

Ana Milena García Domínguez nació el 3 de abril de 1972. Es abogada de la Universidad Santiago de Cali, comunicadora social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, locutora y periodista de la Academia para Radio y Televisión y especialista en Periodismo Deportivo de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte Cali.

Su experiencia en el periodismo comenzó en 1989 ejerciendo como periodista del noticiero de Radio Auténtica de Todelar. En 2001 ingresa al periodismo deportivo en Promover Imagen, permaneciendo hasta el 2005 y del 17 de junio al 31 de octubre del 2007 condujo y presentó su propio programa Contacto Deportivo, en Radio Única de Todelar.

También ha realizado cubrimiento de diferentes eventos y ceremonias deportivas a nivel nacional. Fue corresponsal de la página web deportiva ColombiaSports.net de 2012 a 2013 y fue jefe de prensa de tres disciplinas deportivas en los Juegos Mundiales de 2013. Actualmente, se

desempeña como presentadora de televisión en el programa Deporte en Común del canal C 12 – Emcali.

Ha sido premiada y exaltada en múltiples ocasiones. Entre lo más destacado se encuentran el premio Palma de Oro a mejor periodista deportiva recibido en 2012; el premio Farallones a mejor periodista deportiva en 2015, y en 2018 el premio Farallones a mejor periodista social comunitario.

### **Claudia Helena Hernández Medina**

Claudia Helena Hernández Medina nació el 28 de septiembre de 1961. Es comunicadora Social y Periodista de la Universidad de La Sabana, en 1985. Locutora y productora de radio deportiva del Colegio Superior de Telecomunicaciones del mismo año. Cuenta con 30 años de experiencia en producción radial, investigación periodística y creación de contenido.

En 1989 inicia su experiencia laboral como periodista y asistente de dirección del programa de televisión Cromadeportes. Simultáneamente se desempeñaba como comentarista de Las Voces Del Fútbol con el cubrimiento del equipo Millonarios para el programa Antena Dos durante 15 años. En 2009 fue panelista del programa El Gran Debate en la Emisora Radio Continental en Bogotá hasta el 2014. Al año siguiente, se desempeñó como redactora, reportera y columnista web del Diario As hasta el 2019, año en el que fue integrada como panelista al programa El Vbar en Caracol Radio. En la actualidad imparte sus conocimientos como docente de hora cátedra en la Pontificia Universidad Javeriana Bogotá en la facultad de Comunicación y Lenguaje en la asignatura de Radio Deportiva.

Su recorrido laboral le ha permitido formarse como una de las mejores periodistas deportivas en Colombia, obteniendo así en 1996 el IX Premio Postobón al Periodismo Deportivo para todo el grupo de Antena Dos. Además, hace parte de la Asociación de Cronistas Deportivos de Bogotá.

### 8.3. Instrumentos para la recolección y análisis de información

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se propone la utilización de varios instrumentos de recolección de información, que permitirán el cumplimiento de los objetivos. Los instrumentos se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1. Instrumentos para la recolección y análisis de información**

<b>Objetivo</b>	<b>Aspecto por analizar</b>	<b>Instrumento /técnica utilizada</b>	<b>Población</b>
Caracterizar las rutinas periodísticas de cuatro periodistas colombianas que ejercieron su profesión en distintas épocas.	Rutinas periodísticas	Entrevista semiestructurada y Revisión de bibliografía	Cuatro periodistas deportivas colombianas
Construir historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales.	Trayectorias profesionales	Entrevista semiestructurada. Cuestionario. Historia de vida	Cuatro periodistas deportivas colombianas
Realizar un reportaje sonoro en formato podcast que revele las historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas en relación con sus trayectorias profesionales.	Historias de vida	Revisión de referentes bibliográficos	Cuatro periodistas deportivas colombianas



### **8.5. Entrevistas semiestructuradas**

Con cada periodista se desarrollará una entrevista semi-estructurada, que partirá de preguntas previamente planteadas utilizando la matriz de coherencia interna del proyecto, preguntas que brindan la posibilidad de ajustarse parcialmente según cada entrevistada, sin detrimento de la homologación en la indagación, sin perder la uniformidad de la información obtenida y sin limitar a las entrevistadas para dar su punto de vista de forma abierta (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013).

### **8.6. Cuestionario**

#### **Construcción de historia de vida a partir de su trayectoria profesional**

- ¿En qué época comenzó a ejercer el periodismo deportivo?
- ¿Por qué periodismo deportivo?
- ¿Qué estrategias ha utilizado para insertarse en el campo laboral?
- ¿Cuál ha sido su trayectoria como periodista deportiva?
- ¿Cómo era el ambiente laboral en esos medios?
- ¿Cómo fue la relación con su público?

#### **Caracterizar las rutinas periodísticas**

##### **a. Noticias**

- ¿Cuáles son las temáticas más recurrentes en el campo del periodismo deportivo?
- ¿Cuáles eran los criterios para escoger qué noticia cubrir?
- ¿Cómo se valoraban las noticias?

- ¿Cómo les hacía seguimiento a las noticias?
- ¿Cómo era el manejo de fuentes?
- ¿Cuál era su estrategia para conseguir primicias?
- ¿Cómo cubría la información entre semana?
- ¿Cómo cubría la información los fines de semana?

#### **b. Producción**

- ¿Cómo eran los tiempos para la producción informativa?
- ¿Cómo evolucionó con el tiempo tu destreza para hacer noticias?

#### **c. Sobre los medios**

- ¿Cómo eran las organizaciones en las que ejerció como periodista?
- ¿Cuáles eran los valores noticiosos más reconocidos en las organizaciones en las que actuó como periodista?
- ¿Cuáles eran los criterios para sacar o no sacar una noticia?
- ¿Qué cosas no compartía con respecto a la organización y por qué?
- ¿Qué tanta libertad existía en cuanto a selección de temáticas y noticias?
- ¿En qué aspectos se presentaban diferencias normalmente en los criterios de selección de noticias?
- ¿Cómo eran (o son) los horarios laborales?, ¿han cambiado?

### **8.7. Revisión de bibliografía**

Según Gálvez, citado por Guirao (2015), con el concepto revisión de bibliografía se hace referencia a “la operación documental de recuperar un conjunto de documentos o referencias bibliográficas que se publican en el mundo sobre un tema, un autor, una publicación o un trabajo específico” (p. 2). En la investigación esta tiene como objetivo permitir el acercamiento al conocimiento del tema y así reconocer qué se sabe, qué se desconoce, es decir, el estado actual del tema que se va a investigar.

Ahora bien, su importancia radica en los objetivos y propósitos por los cuales se requiere una revisión bibliográfica. Generalmente, cumple la función de recopilación y síntesis de la información. Para fines investigativos, da contexto al proyecto o expone diferentes antecedentes relacionados que permiten compartir, conocer o debatir ideas planteadas. Incluso, brinda información pertinente y demuestra un amplio conocimiento en términos conceptuales del tema a investigar.

## **8.8. Historias de vida**

Según Piña (1986) esta metodología cumple el papel de portadora de conocimiento; pues la historia de vida refleja el rescate y la comprensión de aspectos detallados de la sociedad, permite acercarse en detalle a dimensiones sociales que con otros análisis de carácter macro quedan por fuera; es un acercamiento con los investigados que reconoce su historia de vida como importante fuente de investigación. Considerar que se puede plantear una vida en términos de historia, es concebirla como un todo, una unidad coherente y orientada, la materialización de un proyecto con sentido. Las historias de vida se presentan por lo general con un orden cronológico para dar

relación de continuidad entre sucesos que al final corresponden a una composición sobre la existencia individual propia de nuestra cultura.

La historia de vida es un diseño del método biográfico o narrativo, esta comprende el relato biográfico en palabras del protagonista. El relato biográfico como lo definen Alonso y Saladrigas (2002) “pretende mostrar el testimonio subjetivo de un informante en el que se recogen los hechos, experiencias, opiniones, valoraciones, conceptualizaciones de su propia experiencia” (p.54) Y la historia de vida no solo comprende ese relato, sino que también va acompañada de información adicional brindada por parte del informante o externa, como la consulta bibliográfica.

### **8.9. Producto: Reportaje sonoro en formato *podcast***

Se desarrollará un reportaje sonoro en formato *podcast* que se dividirá en cuatro episodios con una duración aproximada de 8 a 10 minutos cada uno. Cada episodio estará enfocado en una de las periodistas deportivas entrevistadas de la siguiente manera:

- Episodio 1: Claudia Helena Hernández
- Episodio 2: Ana Milena García Domínguez
- Episodio 3: Estefanía Zapata
- Episodio 4: Laura Hernández

Este reportaje sonoro en formato *podcast* se construirá a partir de las entrevistas semiestructuradas que se realicen a las cuatro periodistas deportivas colombianas. Por lo tanto, en cuanto a aspectos técnicos será fundamental que las entrevistas sean grabadas durante su desarrollo y se le solicitará a las entrevistadas que tengan a su disposición un micrófono de solapa o audífonos con micrófono para que el audio de la entrevista tenga buena calidad.

Una vez realizadas las entrevistas se procederá a la construcción de un guion que permita tener una guía de cómo se va a hacer cada episodio, que será editado en Adobe Audition 2020.

El guion, según Tenorio (2008), es “la hoja impresa que marcará de manera secuencial y ordenada en el tiempo las pautas de comportamiento en el desarrollo de un *podcast*” (p. 19) Además, el guion, conocido en los medios de comunicación radiales como guion radiofónico, permite que, al finalizar la producción del *podcast*, el resultado sea lo que se ideó desde un principio (Moreno y Román, 2020).

En términos de contenido, cabe resaltar que se tendrán en cuenta aspectos de forma como lo son el nombre de cada episodio y del reportaje sonoro en formato *podcast*, titulado: *Ellas al micrófono*, un cabezote para darle una misma línea y conexión a cada episodio, al igual que unas mismas cortinillas.

Finalmente, se ha decidido no socializar ni validar el reportaje sonoro *Ellas al micrófono* debido a la contingencia mundial de salud presentada por el Covid-19. Dicha situación impide encuentros presenciales o, en este caso, la formación de grupos de discusión alrededor del producto pues requiere de la presencialidad para cumplir con la metodología. De otra parte, se tomó en consideración la protección a la intimidad de las entrevistadas en temas sensibles como la discriminación y el acoso sexual.

### **8.10. Categorías de análisis**

Para llevar a cabo esta investigación se realizó una categorización de los temas que se van a tratar durante el desarrollo de esta y las preguntas orientadoras correspondientes para cada temática. Esta información se presenta en la Tabla 2.

**Tabla 2. Matriz de categorías, subcategorías de análisis y preguntas orientadoras.**

Objetivos específicos	Posibles categorías de análisis	Subcategorías	Preguntas orientadoras
<p>Caracterizar las rutinas periodísticas de cuatro periodistas colombianas que ejercieron su profesión en distintas épocas</p>	<p>Manejo de fuentes de información</p> <p>Producción informativa</p> <p>Noticiabilidad</p>	<p>Medios de Comunicación</p> <p>Tiempos de producción</p> <p>Valores noticiosos</p> <p>Criterios de selección de noticias</p> <p>Procesos de producción</p> <p>Prácticas para el cubrimiento de noticias.</p>	<p>¿Cómo eran los medios en los que ejerció?</p> <p>¿Cómo se apropió de las dinámicas para la producción informativa?</p> <p>¿Cuáles eran los valores noticiosos más reconocidos en su medio?</p> <p>¿Qué cosas no compartía con respecto a la organización y por qué?</p> <p>¿Cuáles eran los tiempos y el proceso para la construcción de la noticia?</p> <p>¿Cuáles eran los criterios para escoger qué noticia cubrir?</p> <p>¿Cuáles eran los criterios del medio para catalogar la importancia de las noticias? (duras y blandas)</p> <p>¿Cómo les hacía seguimiento a las noticias?</p> <p>¿Cuál era su estrategia para conseguir primicias?</p> <p>¿Cómo se valoraban las noticias?</p> <p>¿Cómo eran los conceptos de noticiabilidad?</p> <p>¿Cómo era el manejo de fuentes?</p> <p>¿Qué tanta libertad existía en los medios (o existe) en cuanto a selección de temáticas y noticias?</p> <p>¿En qué aspectos se presentaban diferencias normalmente en los criterios de selección de noticias de los medios y los de usted como periodista?</p> <p>¿Cómo cubría la información entre semana?</p> <p>¿Cómo cubría la información los fines de semana?</p> <p>¿Cómo eran (o son) los horarios laborales?, ¿han cambiado?</p> <p>¿Cómo era la producción de noticias y cómo es ahora?</p>

			¿Cuáles son las temáticas más importantes para cubrir como periodista deportiva?
Construir historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales.	Condiciones laborales  Trayectoria profesional	Roles de trabajo  Ambiente laboral  Experiencia laboral	¿En qué época comenzó a ejercer el periodismo deportivo? ¿Por qué periodismo deportivo? ¿Qué estrategias ha utilizado para insertarse en el campo laboral? ¿Cómo era el ambiente laboral en esos medios? ¿Cómo es la relación con el público?
Realizar un reportaje sonoro en formato podcast que revele las historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas en relación con sus trayectorias profesionales.	Guion Radiofónico Realización (preproducción, Producción y posproducción) Plataforma de difusión	Cabezote Estructura Musicalización Efectos sonoros Cortinillas Contenidos	¿Qué recursos se emplearían para la producción?  ¿Qué tiempo de duración tendrá cada microprograma?  ¿Qué software se utilizará para la edición?  ¿Qué plataforma se va a usar para la difusión?

### 8.11. Criterios de inclusión para la selección de las periodistas

Las historias de vida, con el fin de concluir aspectos de las diferentes épocas, se realizarán a cuatro periodistas deportivas colombianas que cumplen con los siguientes criterios de inclusión:

- 1) Ser mujer y haber ejercido el periodismo en distintas épocas (en el siglo XX, en las décadas de los años 80 y 90 y en el siglo XXI en la primera y segunda décadas).
- 2) Haber realizado el ejercicio profesional en medios de comunicación o en clubes deportivos.

- 3) Haber estado expuesta a rutinas periodísticas como consejos de redacción, reporteroismo, consulta de fuentes, transmisiones en directo o en diferido, redacción y publicación de contenidos.

### **8.12. Aspectos éticos**

El desarrollo de este proyecto de investigación está mediado por diferentes aspectos éticos. Por ejemplo, teniendo en cuenta las directrices planteadas por Noreña *et al* (2012), se busca mediante la ética otorgar libertad a los participantes de la investigación para considerarlos sujetos y no objetos de estudio.

Se tendrá presente para la recolección de datos, la implementación de consentimientos informados para tener la aceptación y aprobación de los participantes como informantes, ya que su testimonio se convierte en un insumo importante en la mayoría de los análisis. El manejo de la confidencialidad con los participantes es otro criterio para implementar en el sentido de la protección a la intimidad de las fuentes en torno a referencias en contextos específicos.

Además, en cuanto a las entrevistas a realizar se creará un ambiente que le permita a la persona entrevistada sentirse cómoda y a gusto, gracias a que se le brinda confianza y libertad para la elaboración de sus respuestas, semejando una conversación donde no hay lugar para críticas ni prejuicios, respetando el silencio y evitando realizar interrupciones abruptas. Es importante resaltar que, si se emplean recursos de registro en audio y video para las entrevistas, con anterioridad se debe dar a conocer al entrevistado el empleo de estas herramientas y explicarle el modo en que se tratará la información recolectada. Asimismo, todo tipo de datos y material recopilado para la



investigación se guardarán en archivos confidenciales con acceso exclusivo para las investigadoras y, de requerirse, para el director o directora a cargo del acompañamiento del estudio, con la determinación de que una vez terminada la investigación y pasado un tiempo prudencial se destruyen dichos archivos.

Así, se plantea una conducta responsable como investigadoras en el manejo de la información y la interacción con los participantes de la investigación. En esta medida, el cumplimiento de los criterios planteados permitirá desarrollar un estudio objetivo y reducir posibles sesgos de la información obtenida, pues se espera conocer la trayectoria profesional de las periodistas, y construir sus sentidos a fondo, a partir de sus casos e historias de vida.

## 9. Resultados y análisis

En el siguiente apartado se exponen los resultados y principales hallazgos de este proyecto de investigación, segmentados en el producto realizado titulado *Ellas al micrófono* y la información obtenida de las entrevistas realizadas a las cuatro periodistas deportivas. Estos hallazgos se presentan divididos en las temáticas: trayectoria profesional (estrategias de inserción y ambiente laboral), rutinas periodísticas (noticias: cubrimiento de noticias y manejo de fuentes, y producción) y medios (horarios laborales, aspectos que no comparten con las organizaciones y manejo de redes sociales).

### 9.1. Producto: Ellas al micrófono

El reportaje sonoro en formato *podcast: Ellas al micrófono*, es un producto realizado a partir de las entrevistas a cuatro periodistas deportivas colombianas: Claudia Helena Hernández, Ana Milena García, Stephanía Montero y Laura Camila Hernández. Este se divide en cuatro episodios y en cada uno de ellos se indaga sobre sus rutinas periodísticas y trayectorias profesionales.

#### 9.1.1. Descripción del producto

En la Tabla 3 se desglosan las características del reportaje sonoro en formato *podcast: Ellas al micrófono*.

**Tabla 3. Descripción del reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono**

Nombre del producto	Ellas al micrófono	
<b>Episodios</b>	<b>Periodista deportiva entrevistada</b>	<b>Duración</b>
	1. Claudia Helena Hernández	9:08
	2. Ana Milena García	9:33
	3. Stephanía Montero	9:43
	4. Laura Camila Hernández	9:01
<b>Software de edición</b>	Adobe Audition 2020	
<b>Musicalización</b>	<b>YouTube Audio Library</b>  Forgiveness - Patrick Patrikios Arpy – Dan Henig Suspenso	
<b>Efectos de sonido</b>	<b>SonidosMP3</b>  Gol – Efecto de sonido Ambiente estadio Arbitro Fútbol	

### 9.1.2. Proceso de producción de Ellas al micrófono

La producción del reportaje sonoro en formato *podcast Ellas al micrófono* se dividió en tres etapas:

#### 1) Realización de entrevistas a las periodistas deportivas colombianas

Tras contactar a las periodistas deportivas, se programaron las entrevistas que se llevaron a cabo de forma remota vía Meet – Google debido a la situación de salubridad generada por el Covid-

19. Las fechas de realización fueron las siguientes:

- Stephanía Montero Zapata: 21 de octubre de 2020
- Laura Camila Hernández Arias: 28 de octubre de 2020
- Claudia Helena Hernández Medina: 4 de noviembre de 2020
- Ana Milena García Domínguez: 4 de noviembre de 2020

Las entrevistas tuvieron una duración máxima de 60 minutos y fueron grabadas con autorización previa consignada en un consentimiento informado (anexo 3), para posteriormente ser transcritas (anexo 1).

## 2) Construcción de guiones

Una vez realizada la transcripción de las entrevistas, se procedió a realizar el guion para cada uno de los episodios del reportaje sonoro (anexo 2)

Los guiones se consignaron en una tabla dividida en tres columnas: narrador, texto y audio, como se ejemplifica en la Figura 1.

<b>NARRADOR</b>	<b>TEXTO</b>	<b>AUDIO</b>
<b>Entrada</b>		
<b>Cabezote</b>		
<b>Sara Cadavid</b>		
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>

**Figura 1: Muestra fragmento tabla para guion de reportaje sonoro: Ellas al micrófono.**

En la columna de narrador se consignó en nombre del responsable asignado para narrar el texto correspondiente. Así, la introducción, preguntas y conclusión estuvieron a cargo de las realizadoras (Sara Cadavid Hoyos y Violeta Mayorga Ramírez) y en el caso de las respuestas a las preguntas se asignó el nombre de la entrevistada correspondiente.

En la columna de texto se encuentran los fragmentos seleccionados de las entrevistas y los apartados formulados por las realizadoras (introducción, conclusión, cortinilla y preguntas).

En la columna de audio se registró la musicalización y efectos sonoros para tener en cuenta en la edición de cada episodio y el nombre de la periodista deportiva entrevistada.

### 9.1.3. Edición y alojamiento en servidor web privado

Finalizados los cuatro guiones de los episodios se dio paso a su respectiva edición mediante el programa Adobe Audition 2020.

Previo al inicio de la edición se realizó la grabación de las voces de las conductoras del *podcast* y se hizo una búsqueda en plataformas libres de derechos de autor para la descarga de la musicalización y efectos sonoros a utilizar. Después, se llevó a cabo el montaje en el programa de edición y cuando se finalizó se exportó en formato MP3.

Cada uno de los episodios de *Ellas al micrófono* se encuentra alojado en el servidor privado de *Periodismo y Memoria* para facilitar el acceso y la reproducción de estos por parte de los jurados y director de trabajo de grado. Para acceder a los episodios dar clic en los enlaces consignados en la Tabla 4.

**Tabla 4. Enlaces reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono**

Episodio	Enlace
Episodio 1: Claudia Helena Hernández Medina	<a href="http://bit.ly/claudiahernandez">http://bit.ly/claudiahernandez</a>
Episodio 2: Ana Milena García Domínguez	<a href="http://bit.ly/anamilenagarcia">http://bit.ly/anamilenagarcia</a>
Episodio 3: Stephanía Montero Zapata	<a href="http://bit.ly/stephaniamontero">http://bit.ly/stephaniamontero</a>
Episodio 4: Laura Camila Hernández Arias	<a href="http://bit.ly/laurahernandez">http://bit.ly/laurahernandez</a>

## **9.2. Principales hallazgos**

### **9.2.1. Trayectoria Profesional**

#### **Estrategias de inserción**

Claudia Helena Hernández Medina, quien trabajo por 15 años en RCN radio, cubriendo a Millonarios y ejerció en otros medios y formatos su profesión, asegura que, tras ser la primera mujer que tuvo la oportunidad de cubrir o “hacer un vestuario con transmisión en vivo y en directo”, existen tres claves para posicionarse en el medio, la primera saber de qué se está hablando, conocer los deportes; segundo, la pasión; y tercero, afrontar el tema, las situaciones y el trabajo en general con seriedad.

Por su lado, Ana Milena García Domínguez, quien se desempeña actualmente como presentadora de televisión en el programa Deporte en Común del canal C 12 – Emcali y que ha trabajado en radio y en el cubrimiento de diferentes eventos deportivos, afirma que sus estrategias para comenzar y posicionarse en el periodismo deportivo se basan principalmente en no tirar la toalla, destacarse por lo que uno hace, estar en constante preparación y actualizada, estar al día con la tecnología y formarse para tener ventajas sobre los colegas. Como dice “mi palanca ha sido Dios y lo que he aprendido”.

Para Stephanía Montero Zapata, quien trabajó como jefe de prensa en el club de fútbol América de Cali y ahora se desempeña como directora de Mercadeo y Comunicación en la Federación Colombiana de Natación, la clave para ingresar al mundo del periodismo deportivo es hacer las cosas con amor y pasión, con el convencimiento de que es lo que a uno le gusta. Si uno lo hace así ella dice que a uno la vida lo premia. A su inserción también le atribuye su compromiso estudiando y viajando para aprender de sus colegas en otros países, pero en especial, recalca que

es trabajar con amor y con pasión, aunque la remuneración económica merecida se demore en llegar.

Por último, para Laura Camila Hernández Arias, que se desempeñó como periodista en Indeportes Tolima durante un año y ocho meses, es fundamental forjar el carácter a partir de la seguridad de lo que uno ha estudiado. Principalmente consiste en darse a conocer únicamente por el trabajo que uno realiza y cómo lo hace.

### **Ambiente laboral**

En cuanto al ambiente laboral, la inserción de Claudia Helena Hernández Medina en el periodismo deportivo fue muy bien aceptada. Ella misma relata que fue algo nuevo que a la gente en esa época le gustó. Había noticias reales, verídicas, precisión y realidad que la ayudaron a posicionarse en el medio. Aunque en un principio fue raro, ella misma afirma que es trabajar a la par con los colegas, buscar la noticia y producir con calidad.

Para Ana Milena García Domínguez el ambiente laboral es difícil partiendo de que Cali es una ciudad muy futbolera y ella al ser periodista de otras disciplinas diferentes al fútbol siempre tiene menos tiempo al aire, sus notas son limitadas y no hay un espacio exclusivo para el deporte alternativo, lo que resulta frustrante porque para la construcción de esas noticias se hizo una investigación y reportería previa. El tema del salario por ser mujer es injusto, hay compañeros que hacen exactamente lo mismo que Ana Milena García Domínguez y hay diferencias notorias en su salario. Como ella misma lo expresa “la tan anhelada igualdad de género aún no se da”. Señala que “es una profesión linda, pero compleja, pues dentro de las mismas colegas existe mucha

envidia y situaciones incómodas”. Sin embargo, la formación y el estudio constante le han ayudado a posicionarse en el campo laboral.

Frente a este tema, Stephanía Montero Zapata afirma que en un principio puede ser intimidante y difícil, sin embargo, asegura que la confianza en sí misma y el carácter le ha permitido crecer en el medio y ganar respeto más aún en el fútbol que es un deporte de resultados. Se aprende a convivir con las críticas, los insultos en las ruedas de prensa y muchos obstáculos que se interponen.

Aunque no ha sufrido una discriminación fuerte, Laura Camila Hernández Arias reconoce que el ambiente laboral cuando ingresó a trabajar en Indeportes fue difícil debido a las críticas que se generaban por diversos motivos, por ejemplo, la vestimenta. Además, expresa que las personas con mayor experiencia y edad en la organización eran reacias al tema de las juventudes y a veces por ser mujer también le relegaban labores “menos importantes”.

### **9.2.2. Rutinas periodísticas**

#### **Noticias**

##### **Cubrimiento de noticias**

Respecto a los criterios para escoger qué noticia cubrir, Claudia Helena Hernández Medina tenía una tarea específica entre semana que era el cubrimiento de Millonarios. Todo giraba en torno a lo que el equipo hacía. Desde que los jugadores fueran a entrenar ella debía ir, incluso los sábados. Sin embargo, desde ese entonces los jefes de prensa no daban mucha información. La



clave era prestar atención porque los jugadores concentrados no se publicaban fácilmente, y a partir de ellos Claudia Helena Hernández Medina podía acertar en una formación del equipo y efectivamente lo logró en varias ocasiones. En conclusión, no se podía dejar información por fuera, todo se cuenta porque en el fútbol todo es importante.

Por su parte, para hacerle seguimiento a las noticias, Ana Milena García Domínguez reconoce que hay que estar al día, ver noticias, escucharlas. Ella lo que hace es tener un calendario de todas las disciplinas deportivas y eventos del año, además, si le llama la atención algún deportista, le hace seguimiento, lo investiga y averigua tanto de su disciplina como de su vida.

Stephanía Montero Zapata hace la distinción entre los dos entornos en los que se ha desempeñado como periodista, por un lado, está el fútbol, del cual reconoce que como es un deporte que tiene prensa todo el tiempo “cualquier noticia es noticia a nivel nacional”. Además, la información se filtra fácilmente e incluso lo que la jefatura de prensa no quería que fuese noticia, lo era. En el América de Cali no había criterios específicos para saber qué era o no noticia. Mientras que, por otro lado, la natación se enfoca más en eventos deportivos que por ejemplo den clasificaciones olímpicas, es decir, “todos los campeonatos internacionales de ciclo olímpico son los que a la prensa le importan”.

Finalmente, en cuanto a los criterios de selección de noticias, en Indeportes, al ser una organización del gobierno, Laura Camila Hernández Arias confirma que como el enfoque es muy institucional las notas deben ir enfocadas al gobierno departamental. Lo que se producía en términos noticiosos era lo que le decían que debía escribir. No había mucha libertad, básicamente lo que se mostraba en las noticias eran las acciones del gobierno a través de los deportistas.

### **Manejo de fuentes**

En cuanto al manejo de fuentes y obtención de noticias verificables Claudia Helena Hernández Medina es clara en que debe existir una relación de respeto mutuo y que en general las fuentes lo valoren a uno como periodista por su trabajo, por el manejo responsable, “porque uno no inventa nada, no daña a los jugadores o a las personas”. Reconoce igualmente que, en su época, por ejemplo, cubriendo a Millonarios, era más fácil obtener la información porque iba todos los días a las prácticas. De ahí obtenía la información no solamente preguntando, sino también sentándose a escuchar. Contrario a lo que pasa hoy en día donde no se está permitiendo el ingreso a las prácticas o se permite solamente al final.

Ana Milena García Domínguez recalca la importancia de verificar la información para evitar noticias falsas. Una buena práctica para ella es ir a la fuente directa. En este sentido, cuando es un acontecimiento internacional trata de contactarse con algunos periodistas del país en cuestión y en estos casos tener manejo de dos idiomas significa la apertura de más oportunidades. De igual forma, para la periodista los contactos son muy importantes. Ana Milena García Domínguez tiene amigos en diferentes noticieros y como ella lo expresa “es mejor tener amigos que dinero”.

Stephanía Montero Zapata afirma que se pueden manejar de dos maneras. La primera es la persona que se acerca al periodista y necesita que la información se sepa y la comparta. La segunda es averiguar, salir a preguntar, entablar una conversación con el representante del jugador o el presidente del club. En algunos casos los mismos jefes de prensa de otros equipos son los que daban información o contactos. También estaban las fuentes que seguían un conducto regular, y por otro lado las fuentes informales en donde los mismos directivos, empresarios o los jugadores podían ser la fuente.

Desde el punto de vista de Laura Camila Hernández Arias, al estar inmersa en un ambiente deportivo, para conseguir fuentes y primicias es clave hacerse amiga de entrenadores o deportistas y tratar de obtener información de su parte. En algunos casos, en Indeportes había que recurrir a altos mandos pidiéndoles exclusividad y primicias desde su posición como ente gubernamental.

## **Producción**

Desde la experiencia de Claudia Helena Hernández Medina se presentaban dos situaciones en lo referente a tiempos de producción. Por un lado, en los programas de radio no había producción porque todo se realizaba en vivo y en directo. Mientras que, la otra situación comenzó cuando Carlos Antonio Vélez, quien en ese entonces era el director del programa, para el espacio de las seis de la mañana decidió que cada periodista tuviese preparados tres pregrabados para cada día, pues era difícil contactar a los invitados a esa hora. Así, el tiempo de producción era el que se tomara la realización de las entrevistas a los tres invitados y posteriormente el recorte de las preguntas para que durante el programa se pudiera simular que era una entrevista en vivo y en directo.

De igual forma, Claudia Helena Hernández Medina confirma que la experiencia hace al maestro. Su estrategia para ganar destreza en la construcción de noticias se centra en las minucias. Se hacía amiga del portero para tener cualquier detalle de los deportistas. También conversaba con los técnicos y los jefes de prensa para poder realizar un cubrimiento completo. Sin embargo, siempre hay colegas para los que, tal vez por la afinidad que la periodista creaba con los diferentes contactos, ella no era de su total agrado. Incluso, en una ocasión trataron de ponerle una trampa con una noticia falsa que creían que, por decirle esa primicia, ella la podía sacar al aire y sería la

implicada en un escándalo. Sin embargo, la experiencia y el conocimiento que la identifican no permitieron que cayera, todo lo contrario, llamó a la fuente directa y corroboró que era una noticia falsa más.

Ahora bien, Ana Milena García Domínguez para hablar de los tiempos de producción hace la distinción entre dos de los medios en los que ha trabajado. Por ejemplo, cuando estaba en la revista las publicaciones eran mensuales entonces podía hacer más crónicas y notas frías (que no pasen de tiempo), pero el tiempo de producción era el mes. Mientras que, en los noticieros todo es más inmediato. La demanda de información actualizada lleva a que los tiempos de producción sean más rápidos y que si sucede algún imprevisto, se deba tener la capacidad de improvisar. Por esa razón hay que estar al día en todo y para ella, los insumos en la actualidad se pueden adquirir en las redes sociales como Twitter.

Stephanía Montero Zapata asegura que, respecto a los tiempos de producción informativa, existe una organización en conjunto con su equipo de trabajo. A inicio del año se crea un calendario deportivo tanto para fútbol como para natación, que cuente con las fechas de campeonatos nacionales e internacionales como FIFA o Copa América. Después, se le comparte ese calendario a la prensa y empiezan a organizar insumos, fotografías y convocados. El calendario es una planeación anual, que se puede ver modificada según las dinámicas de cada disciplina deportiva. En natación normalmente se conserva el orden establecido, pero en fútbol muchas veces no es así. El fútbol es un deporte de resultados. Si el América perdía un partido lo que se tenía planeado para esa semana cambiaba de inmediato.

Laura Camila Hernández Arias no expresa lo mismo. Para la periodista los tiempos de producción eran agotadores, no había un horario establecido y tal como lo expresa “todo era de ya

para ya”. Se realizaba trabajo de campo, edición y publicación de boletines de prensa. Es una profesión donde no hay espera.

En cuanto a la producción de noticias, Laura Camila Hernández Arias se define a sí misma como una mujer muy académica con el qué, el cómo, el cuándo y el porqué, los cuales eran su apoyo cuando inició sus labores periodísticas. Sin embargo, con el tiempo descubrió que la comunicación es un campo que ofrece múltiples posibilidades y que se puede ir dando una construcción orgánica de las noticias. Es un proceso que toma tiempo y requiere trabajo. Recuerda que cuando ingresó a Indeportes Tolima no sabía editar videos, pero con el tiempo aprendió y así mismo, la dedicación y experiencia adquiridas le aportaron nuevo conocimiento.

### **9.2.3. Medios**

#### **Horarios laborales**

Durante su ejercicio como periodista Claudia Helena Hernández Medina tenía un horario laboral de ocho horas de trabajo, lo afirma entre comillas. Su jornada comenzaba a las seis de la mañana, pero “el periodista sabe a qué hora entra, pero no a qué hora sale”. En su caso, se suponía que terminaba a las 2:00 p.m., pero en algunas ocasiones para poder cumplir con los pregrabados del programa del día siguiente debía regresar al estudio a las 5:00 p.m. y se quedaba hasta finalizar las tres entrevistas, lo que implicaba que el horario sobrepasara las ocho horas establecidas.

Al hablar de los horarios laborales, Ana Milena García Domínguez menciona que su jornada en Todelar comenzaba a las cuatro de la mañana cuando salía de su casa. Debía estar en

el medio antes de iniciar el programa para organizar con el director lo que se iba a decir y lo mismo pasaba con el noticiero del medio día.

Stephanía Montero Zapata expresa que los horarios laborales mientras trabajó en América de Cali, no existían. Era de lunes a lunes y con disposición casi que completa porque en cualquier momento podía ocurrir algo. Había salidas y viajes, y de regreso había que seguir trabajando. Comenta que podía llegar a las 8:00 a.m. a la oficina y si algo salía o pasaba, eran las 9:00 p.m. y seguía en la oficina. Ella lo describe como “un trabajo de 24 horas los siete días de la semana”. A pesar de todo, es una profesión que Stephanía Montero Zapata disfruta, pero que reconoce que no es sencilla pues sin ser deportista, se vive la vida de uno, porque se viaja con ellos todo el tiempo, se comienzan a vivir sus horarios y una vez ellos terminan su trabajo, el periodista lo comienza yendo a las ruedas de prensa, montando las notas y las fotos, es decir, todo gira en torno al deportista. Asegura que en natación es igual, pero no tan demandante cómo el fútbol. En ambos espacios hay que leer mucho, manejar redes, redactar y tener información. El celular se convierte en el instrumento de trabajo.

Por último, Laura Camila Hernández Arias expresa que los horarios laborales eran agotadores. Trabajaba de domingo a domingo, incluyendo salidas o viajes con deportistas. Había que hacer cubrimiento de los diferentes eventos. El día empezaba desde muy temprano y no había una hora establecida para dar fin al día de trabajo.

### **Aspectos que no se comparten con las organizaciones**

Claudia Helena Hernández Medina reconoce que no está de acuerdo con que en la mayoría de los medios en los que ha ejercido no le pagaran, excepto en RCN y en el programa de Caracol en donde le pagaban por programa al que asistía. Sin embargo, en los demás consiguió solo un

auxilio de transporte, que tampoco era muy cumplido. Y en este mismo contexto del pago, tampoco está de acuerdo con cómo funciona la radio hoy en día y cómo ha funcionado desde esa época, en la que el periodista trabaja, pero debe ir a vender pauta para hacerse su propio sueldo, es decir, que se trabaje por cupos es algo con lo que nunca ha estado de acuerdo.

Por otro lado, Ana Milena García Domínguez relata que en su recorrido como periodista deportiva ha atravesado situaciones difíciles, una de ellas fue un enfrentamiento que tuvo con el director de un programa donde trabajó, quién no estaba muy de acuerdo con su forma de trabajo y pensaba que todo lo que hacía estaba mal. Fue una situación incómoda y empezaron los roces. Ella hace énfasis en que así sea el jefe puede no tener la razón y de forma educada y con argumentos se pueden frenar situaciones injustas.

Por su parte, Stephanía Montero Zapata habló de las federaciones y a nivel general del deporte en el país. Lo que ella menos comparte es que los procesos en Colombia no se cumplen y falta inversión económica a nivel deportivo. No hay apoyo para el deporte y, por ejemplo, falta tener en las federaciones un departamento de mercadeo y de comunicaciones, y atribuirle al tema digital la importancia que tiene hoy en día, pues según lo que ella expresa, en lo referente a su área falta “más inversión, más confianza”. Se debe reconocer que un grupo de jóvenes puede lograr más que alguien que vende la idea de que lo mejor es salir en televisión.

Para Laura Camila Hernández Arias, los aspectos que menos compartía con la organización Indeportes se pueden reconocer como: primero, que se le brinde más importancia a si las periodistas en un medio venden o no venden y no a sus conocimientos y habilidades como profesionales. Esta situación puede llevar a que les falten el respeto a las periodistas o que para ellas sea necesario estar pendientes y cuestionando de forma constante para que les sea renovado

el contrato; segundo, relacionado con lo anterior, el ofrecimiento que le hicieron una vez de contratos a cambio de algo corporal. Y, tercero, la falta de libertad, no solo hablando de tiempos de producción, sino también de contenidos.

### **Redes sociales**

Claudia Helena Hernández Medina frente a las redes sociales expresa su decepción en términos deportivos, pues asegura que ha llegado mucha gente que no es periodista, que no ha pasado por una facultad o cómo ella los describe “son hinchas con micrófono”. Para ella no es justo que en una rueda de prensa se le dé la palabra a un hincha, que, a comparación de un periodista, no sabe cómo funcionan las dinámicas del medio, ni tiene el conocimiento, pero reemplazan al profesional. Es así como se ha visto tergiversada la profesión y la manera cómo deben hacerse las investigaciones pertinentes en un campo tan riguroso como es el periodismo deportivo.

Lo contrario opina Ana Milena García Domínguez, quien es partidaria de las telecomunicaciones, de las redes sociales, ella misma dice que siempre ha sido muy curiosa en ese aspecto. Por ejemplo, en los Juegos Centroamericanos y del Caribe, grababa las entrevistas y las enviaba por WhatsApp, eso permitía que todo fuese más inmediato sin importar dónde se encontrara. Para ella estas plataformas facilitan todo a diferencia de cómo era antes. Sin embargo, reconoce que no se debe dejar la reportería ni la esencia del periodismo por tener los beneficios de las redes sociales.

Stephanía Montero Zapata se enfocó más en el manejo que se les ha dado a las redes sociales en las organizaciones en las que ha trabajado. Concuerta que en ambas no se le ha dado



la importancia que merecen. Afirma que en Sudamérica: “Colombia es uno de los países que más quedado está, a pesar de que ha despertado, en el manejo y en la debida optimización de esos recursos [...] Es que las redes al fin y al cabo son recursos que se pueden monetizar”. Por ejemplo, para el caso del club América de Cali, fue un proceso largo entender el marketing digital deportivo. Ella buscó que siguieran las buenas prácticas, que se invirtiera en el tema, en el análisis de datos, logrando que al final se dieran cuenta que había de que monetizar las redes y generar estrategias para que eso sucediera. En la Federación el caso no fue tan diferente. Ella se ha encargado de las redes, a pesar del poco presupuesto. Antes no tenían una estrategia, una línea gráfica y eso hizo que se necesitara más trabajo, pero con el tiempo han logrado crecer, gracias también al apoyo del gerente, que es joven, entiende la importancia, le ha dado las herramientas y ha invertido. Como conclusión de este aspecto, resalta que el país todavía está muy primario en el asunto y una razón de esto puede ser que la dirigencia nacional del deporte es muy envejecida.

Finalmente, en lo referente al manejo de redes sociales de la organización en la que trabajó, Laura Camila Hernández Arias acepta que no se le atribuía tanta importancia, casi ninguna, pues lo único que se buscaba por parte de los altos mandos es que la información saliera de inmediato. Sin embargo, también comenta que desde el departamento de comunicaciones se comenzó a trabajar en este aspecto y a implementar las herramientas que brindan las redes sociales para impulsarlas, aunque esto fue especialmente con apoyo de la gobernación y no de Indeportes.

## 10. Discusión y conclusiones

Una vez expuestos los resultados del proyecto de investigación, en este apartado se procede a plantear la discusión y conclusiones del objetivo general y los tres objetivos específicos de la investigación.

A partir del concepto de rutinas periodísticas, definido por Tuchman (1983) como el conjunto de prácticas que tienen los periodistas para la selección, redacción y publicación de una noticia, en este proyecto de investigación se describieron las trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas en diferentes épocas. De igual forma, se construyó un reportaje sonoro en formato podcast titulado *Ellas al micrófono*, en donde se consignaron fragmentos de los relatos de las periodistas entrevistadas.

Durante el desarrollo de la investigación se logró confirmar que metodológicamente las entrevistas semi-estructuradas y las historias de vida fueron métodos útiles para llegar a los resultados obtenidos y se confrontó lo afirmado por Mojica *et al.*, (2019), referente a la posibilidad ofrecida por las historias de vida para lograr un acercamiento a las rutinas periodísticas. Por otro lado, las respuestas brindadas por las cuatro periodistas deportivas entrevistadas coinciden con los planteamientos del análisis de Chanamé (2016) quien recalca la importancia de la formación y preparación académica de las profesionales para desempeñarse en el campo.

En el proyecto de investigación se evidenció cómo, según las entrevistas realizadas, la tecnología y los medios digitales son parte de la labor periodística hoy en día y a la vez, un reto para el ejercicio profesional. Esto también fue planteado por Rojas (2014) al presentar al campo digital como un nuevo medio de acción para el periodismo deportivo.

### 10.1. Caracterización de rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas

Retomando el primer objetivo específico: “Caracterizar las rutinas periodísticas de cuatro periodistas colombianas que ejercieron su profesión en distintas épocas” y, teniendo en cuenta que en las entrevistas realizadas se indagó sobre diferentes aspectos de las rutinas periodísticas como: cubrimiento de noticias, manejo de fuentes y producción, se puede concluir que:

- Respecto a los criterios para la selección de cuáles noticias cubrir y cuáles no, se percibe poca libertad por parte de las periodistas deportivas. Ellas se debían de regir a los criterios establecidos por los medios u organizaciones en las que trabajaban. Esto no implicaba que su ética se viera vulnerada, así como lo afirmó la periodista Laura Camila Hernández Arias, pero sí limitaba su ejercicio profesional al informar lo que el medio quería y cómo quería que fuese informado. Esos criterios ya establecidos eran los que determinaban a su vez las dinámicas de cómo debían de cubrir las noticias las periodistas.
- Los criterios de selección varían, no solo de acuerdo con lo establecido por los medios, sino también dependiendo de la disciplina deportiva que se encuentre cubriendo la periodista. Es decir, una disciplina como la natación u otros deportes alternativos no requieren por parte del público un cubrimiento periodístico detallado o tan frecuente en comparación a una disciplina que sea más mediática o aclamada por el público como lo es el fútbol, en la cual las hinchadas siempre están pidiendo información, datos y novedades de su equipo.
- En cuanto a los tiempos de producción, se puede concluir que estos varían de acuerdo con el medio o a la organización en la que se ejerce el periodismo y al tipo de formato en el que se emiten las noticias. Por ejemplo, en la radio la producción normalmente es inmediata debido a que las transmisiones se realizan en su mayoría en vivo. Mientras que, en casos de formatos como los audiovisuales o escritos hay tiempos establecidos para la producción de las noticias.

Teniendo en cuenta que no es lo mismo producir un artículo para una revista de emisión mensual, que producir una nota para un periódico de emisión diaria, pues en este caso los tiempos son más reducidos.

De esta manera se evidencia que el primer objetivo específico se cumplió mediante la realización de preguntas relacionadas con rutinas periodísticas en las entrevistas realizadas y posteriormente mediante el análisis y la comparación de las respuestas obtenidas por parte de las periodistas deportivas.

## **10.2. Construcción de historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales**

De acuerdo con el segundo objetivo de este proyecto de investigación: “Construir historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus trayectorias profesionales”, y la información obtenida por parte de las periodistas en lo que respecta a su recorrido en la profesión se concluye lo siguiente:

- En las trayectorias profesionales, inmersas en los medios de comunicación y organizaciones en las que las periodistas deportivas entrevistadas han trabajado, se evidencia que la remuneración económica y la inequidad en términos de salario son temas que si bien, pueden ser considerados negativos o injustos, no han sido aspectos determinantes para que las periodistas ejerzan su profesión.
- El periodista deportivo se ve inmerso en el deporte a tal punto que sus horarios laborales se pueden ver modificados en algunos medios u organizaciones de acuerdo con los horarios,

competencias o eventos de los deportistas y equipos que son responsables de cubrir. Esto implica que la disposición por parte del periodista sea casi de tiempo completo o que los horarios establecidos no se cumplan.

- En las trayectorias profesionales de las diferentes periodistas deportivas entrevistadas de diferentes épocas se puede ver cómo la mayoría de ellas se han desempeñado en el campo atravesando diferentes situaciones derivadas de los tratos injustos por ser mujeres. Tratos como un salario no equitativo, intención de asignarles funciones menos relevantes que las de sus colegas hombres e incluso acoso laboral.

El segundo objetivo específico se cumplió como consecuencia del abordaje metodológico de esta investigación, es decir, la selección de la entrevista semi-estructurada como instrumento para la recolección de información y la formulación de preguntas relacionadas con la trayectoria profesional de las periodistas deportivas y no solo de las rutinas periodísticas. Así, fue posible obtener información referente a las cuestiones indagadas y también, se permitió que las entrevistadas tuvieran un espacio para poner en discusión temas adicionales y relevantes en su profesión hoy en día como el acoso laboral y la remuneración económica.

### **10.3. Realización de un reportaje sonoro en formato *podcast* que revele las historias de vida de cuatro periodistas deportivas colombianas en relación con sus trayectorias profesionales.**

El tercer y último objetivo referente a la realización del reportaje sonoro en formato *podcast*: *Ellas al micrófono*, fue cumplido mediante la construcción de cuatro episodios en donde se

proyectan fragmentos de las trayectorias profesionales de las periodistas deportivas entrevistadas. Esto fue posible gracias a la disposición de las periodistas, la posibilidad de grabar las entrevistas y que ellas dispusieran de audífonos o manos libres para una mejor calidad de audio. Por otro lado, la escogencia del formato *podcast* permitió que el tema específico a tratar se presentara de forma cómoda y práctica para ser consumido por su tono y corta duración, a pesar de que este no sea publicado o socializado por temas de confidencialidad con las entrevistadas.

#### **10.4. Limitaciones de la investigación y posibilidades de nuevos estudios**

La principal limitación de esta investigación fue la imposibilidad de realizar encuentros presenciales con las periodistas deportivas entrevistadas debido a la situación de salubridad generada por el Covid-19. Sin embargo, esto fue resuelto con encuentros remotos con las periodistas deportivas para las entrevistas a través de Meet Google. Por otro lado, esto mismo impidió que se realizaran grupos focales o de socialización del producto realizado, considerando además el aspecto de confidencialidad con la información brindada por las entrevistadas.

En este mismo sentido cabe destacar que la totalidad del proyecto de investigación, incluyendo su proceso, asesorías, consultas bibliográficas y reuniones entre las realizadoras fue de forma remota a través de plataformas como Meet Google y Zoom. Si la limitación en cuestión no se hubiese presentado, se habrían tenido encuentros para el desarrollo de esta investigación presenciales y a su vez la búsqueda de información se habría podido realizar de forma complementaria en bases de datos físicas como en bibliotecas locales.

Después de concluir el proyecto de investigación titulado *Trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus rutinas periodísticas*, se plantean los siguientes temas como posibilidades de nuevos estudios desde el campo de la comunicación y el periodismo:

- Influencia del contexto y la relevancia de las disciplinas deportivas para el establecimiento de los criterios de selección de noticias en un medio.
- Importancia y postura de los medios y dirigentes del deporte frente a las redes sociales y el mercadeo digital.
- Análisis de rutinas periodísticas en periodistas deportivas con enfoque en desigualdad de género.

## 11. Referencias bibliográficas

- Alonso, M. M; Saladrigas, H. (2002) Para Investigar en Comunicación. Guía Didáctica. Editora Felix Varela. La Habana.
- Amado, A. (2017). Las periodistas desde los estudios del periodismo: Perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 0(12), 325-346. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i12.4846>
- Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, 36(70), 36-52.
- Bahamon, J. (Anfitrión). (2020). *La celda: voces de libertad* [Podcast]. Spotify. [https://open.spotify.com/show/5FdTozndbRJJFBn6BGeVa?si=8068I6uVQgyg\\_hhCigvAVhg](https://open.spotify.com/show/5FdTozndbRJJFBn6BGeVa?si=8068I6uVQgyg_hhCigvAVhg)
- Cacua Prada, A. (1968). Historia del periodismo colombiano. Bogotá, Colombia: Ediciones Sua.
- Carreño, Á. M., & Guarín, Á. M. (2008). *La periodista en Colombia: Radiografía de la mujer en las redacciones*. Recuperado de <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5129>
- Casadiegos, M. C. (2018). *Cinco décadas de mujeres periodistas deportivas*. Recuperado de <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/40059>
- Celaya, I., Ramírez-Montoya, M. S., Naval-Duran, C., & Arbués, E. (2020). Usos del podcast para fines educativos. Mapeo sistemático de la literatura en WoS y Scopus
- Chanamé, L. P. (2016). El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo. *Correspondencias & análisis*, (6), 185-196.
- Corbin, J., y Strauss, A. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.



- Fernández, T., & Campos, F. (2015). Equidad y representación de género en los órganos de gobernanza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 1045-1063. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2015.v21.n2.50900](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50900)
- Solano, I.M., & Sanchez, M.M., (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36),125-139. ISSN: 1133-8482. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=368/36815128010>
- Guirao, A. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *Ene*, 9(2) <https://dx.doi.org/10.4321/S1988-348X2015000200002>
- Jacobsen, P. (Anfitrión). (2018 – 2020). *Máximo desempeño* [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/4FwuInPf6BciGEnT7X1O7w?si=V6nlAjudQzmooFfl4SURQg>
- Makazaga, I. (Anfitrión). (2010 – 2020). *Piedra de toque*. [Podcast]. Spotify. [https://open.spotify.com/show/0L71KwiCPyfrGlweFM5bQm?si=Bvu3FefQO-Xto F\\_pFoiA](https://open.spotify.com/show/0L71KwiCPyfrGlweFM5bQm?si=Bvu3FefQO-Xto F_pFoiA)
- Marín, J. (2019). El podcast: El formato radiofónico del siglo XXI.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires.
- Martini, S., & Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Editorial Biblos.
- Montiel, E. R. (2011). Nativos digitales en la reconfiguración radiofónica. *Razón y Palabra*, 16(76).
- Moreno, P., y Román, A. (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad.
- Orozco, G., & González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*, México: Tintable.

- Pino, D. G., y Martín, S. P. (2016). Información, estereotipos y gradas. Estudio de recepción del periodismo deportivo desarrollado por reporteras y locutoras del Noticiero Nacional Deportivo. *Question*, 1(52), 319-334.
- Piña, C. (1986). Sobre las historias de vida y su campo de validez en las ciencias sociales (Sur les histoires de vie et leur validité dans des sciences sociales) *Revista paraguaya de Sociología*, 23(67), 143-162.
- Rojas-Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190.
- Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Salazar, A. (2019) Rutinas de producción periodísticas en los diarios digitales Pulzo y ElPaís.com.co, Colombia. Pontificia Universidad Javeriana Cali, Cali. Recuperado de: <http://vitela.javerianacali.edu.co/handle/11522/12609>
- Santillana A. S., & Molina, D. M. (2018). Descripción del ejercicio del periodismo deportivo de la mujer en el canal Win Sports. Recuperado de: <http://red.uao.edu.co/handle/10614/10772>
- Tenorio, I. (2008). *Podcast: Manual del podcaster*. Marcombo.
- Torres, N. (2010). Periodismo deportivo: qué ha pasado en las dos últimas décadas. Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis430.pdf>
- Varela, N. (2019). «Vindicación Feminista». Un caso paradigmático de exclusión en la historia del periodismo en España. *Historia y Comunicación Social*, 24(1), 7-28. <https://doi.org/10.5209/hics.64463>
- Vargas, C. (Anfitrión). (2018 – presente). *Jefa de tu vida. El podcast de Charuca*. [Podcast] Spotify.

<https://open.spotify.com/show/5DJvmyRXDP22PcJ7pi4kYT?si=i5UrOciySPuuT45Nwm24fw>

Verdugo, J. P. (2019). Con ojos de mujer. Cuatro periodistas que cambiaron de color el periodismo deportivo en Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44130>

## 12. Anexos

### 12.1. Transcripción entrevistas

#### 12.1.1. Transcripción entrevista Laura Camila Hernández Arias

**SC.** Sara Cadavid

**VM.** Violeta Mayorga

**LH.** Laura Camila Hernández Arias

**SC:** ¿Cómo empezaste en el periodismo deportivo? ¿Cuál es tu trayectoria?

**LH:** Desde muy pequeña mi familia ha sido deportista, yo también lo fui, practicaba natación, microfútbol. Obviamente en ese tiempo el fútbol femenino no era tan apoyado entonces por decisión propia lo tomé como un *hobbie*. Mi mamá es psicóloga y me hacía test y pruebas de formación de vida y salía siempre con afines a la comunicación. Estuve en la emisora de mi colegio y todo eso me empezó a llamar la atención. Además, toda la vida he sido hinchada del Deportes Tolima. Después de ir tantas veces al estadio, de la emoción que se vive y la frustración de no poder jugar fútbol entonces yo decía que yo me iba a encargar de ser periodista, pero de fútbol. Desde el colegio yo decía y repetía que iba a estudiar comunicación y me iba a especializar en periodismo deportivo.

Entre a estudiar comunicación en la Universidad de Tolima, universidad pública. A pesar de eso, la universidad tenía un enfoque muy social y eso me encarretó con lo social y lo que yo podía transmitirle a la gente. En noveno semestre hice unas pasantías pagas que se llaman “Estado Joven” en la emisora cultural de la emisora del Tolima, el choque fue muy fuerte porque me pedían de

todo y era la primera vez que me enfrentaba a la vida laboral. Yo creía que trabajar era muy bacano, pero el choque con la realidad es muy duro y más con el ente público. A veces no tenía nada que hacer y me desesperaba y salía a otros departamentos de la gobernación a ver qué podía hacer, en qué les ayudaba y así me di a conocer con el jefe de prensa de ese tiempo de la gobernación. Cuando se me acabaron las pasantías yo estaba muy triste porque quería seguir trabajando. Hasta que el jefe de prensa me dice mira Laura hay una oportunidad en Indeportes y es el ente departamental, voy a hablar con el gerente para que te conozca.

Yo llegué muy feliz para la entrevista y me dicen recoge los documentos y listo, pero yo estaba confundida ¿y la entrevista? y todos se reían. Sin embargo, yo le agradecí al jefe de prensa por haberme ayudado y permitido entrar en ese trabajo, pero le dije que ya yo podía sola porque yo pensaba que todo se ganaba con trabajo. Pero bueno, entro yo y fue lo más fantástico de la vida porque me di cuenta de que las historias de vida que valen la pena contar es las del deporte alternativo y de alto rendimiento más que el fútbol. Empecé a viajar, yo era feliz levantándome a las cuatro de la mañana a conocer entrenadores, entrevistar, la logística de los juegos supérate y darse uno a conocer, dejar cariño, huella y hagamos cosas diferentes y así empecé a encaminarme. Estando en Indeportes una persona me comentó que había en Colombia una especialización en periodismo deportivo y de una empecé a llamar, era en Cali, una ciudad que yo no conocía y hablé con el profesor Jorge Manrique y todo se fue dando, empecé con la especialización y abre muchas puertas, uno conoce mucho, se da cuenta que el fútbol no es el deporte rey.

Salí de Indeportes y en tiempos de pandemia abrí una página deportiva de Facebook y hago infografías, público información, videos, historias de vida. Ahora, me han llamado para transmitir fútbol, ha sido muy bacano, estadísticas por ahora porque comentar es muy difícil.

**SC: ¿Cómo ha sido el ambiente laboral en las diferentes organizaciones que has estado?**

**¿Cómo es la relación con los colegas?**

**LH:** Cuando uno es nuevo no es fácil porque te buscan el pelo. Acá la vieja guardia es muy reacia con los jóvenes, son ariscos al tema de las juventudes, pero lo que siempre he dicho es ir paso a paso, yo no sirvo para enaltecer a nadie. El ambiente laboral es difícil porque a uno siempre lo van a criticar, a mí me criticaban por ir a trabajar en tenis, porque no me iba en tacones, porque iba con el cabello recogido o suelto, por todo, pero prefiero que me critiquen por eso y no por mi trabajo. Por ser mujer a mí una vez me dijeron listo usted es mujer entonces solo lea comentarios y redes. Es llegar y forjar el carácter, uno debe de tener carácter porque es lo que uno sabe y le ha costado. No he sufrido una discriminación tan fuerte.

En cuanto a las chicas en el periodismo muchas quieren seguir con el estigma de ser divinas y ser presentadoras, pero eso depende de la persona. No ha sido fácil, pero tampoco ha sido difícil, se trata de hacerse conocer por su trabajo.

**VM: ¿Qué realizabas en Indeportes? ¿Qué hacías precisamente?**

**LH:** Era muy sencillo porque el enfoque es muy institucional entonces todas las notas deben ir enfocadas al gobierno departamental, hay que escribir de esa manera por ejemplo “el deportista x fue a Brasil con el apoyo de la gobernación” era a lo que va, se escribe de una manera y ya. Se muestran las acciones del gobierno a través del deportista, hacíamos videos, escribíamos, boletines de prensa, teníamos un programa de radio. Había mucho trabajo de campo, salir, viajar.

**VM: Desde tu experiencia. ¿Cómo evolucionó tu destreza para hacer noticias?**

**LH:** Yo era muy académica con el qué, cómo, cuándo, dónde. Pero con el tiempo me di cuenta de que la comunicación tiene mucha fuerza y que uno como profesional tiene que aprender los diferentes mecanismos desde la parte periodística, llegar a eso, a conocer la terminología, dar un poquito más. Yo cuando llegue no sabía editar un video, que manera, que pereza, pero me tocó aprender a editar, aprender hacer boletines de prensa y me toco aprender mucho en el tema de escritura y video, pero bien.

**VM: ¿Cómo eran los tiempos de producción de esas notas?**

**LH:** No eso era de ya para ya. A mí me decían Laura vea necesito que se vaya para el parque tal y entreviste a tal persona y lo publicas ya en redes y yo era uy, Dios mío. Me iba corriendo y en la oficina editaba y sacaba boletín de prensa y montarlo de una. Aparte teníamos un grupo de periodistas deportivos preguntando por noticias, no hay espera, nunca.

**VM: En cuanto a las fuentes ¿Cómo conseguía primicias?**

**LH:** Como uno es nuevo entonces a veces los entrenadores mientras te conocen, yo soy muy preguntona, trato de contactarlos para volverme amiga. O nos tocaba ir a los altos mandos y pedir que nos dieran las primicias y exclusividad a nosotros como ente departamental.

**SC: Ahora mencionabas que abriste una página de Facebook. ¿Cuál es el enfoque de la página?**

**LH:** La página está desde enero y la verdad era para el trabajo de grado de la universidad, pero como yo ya había hecho contactos los deportistas la miraban. Empecé a darle enfoque de deporte de alto rendimiento y con semilleros, pero llegó la pandemia y paró todo. El enfoque que le doy

es tratar de mezclar el deporte popular como es el fútbol con todos los demás deportes. No saturó redes sociales, hago en vivos. Llegamos a 1000 seguidores todo es orgánico no ha sido fácil. El enfoque son todos los deportes.

**SC: En Indeportes ¿Cómo era el manejo de redes sociales?**

**LH:** Pues mira lo que yo te digo, al jefe no le importaban las redes, él lo que quería era que saliera algo y ya. Pero desde el departamento de comunicaciones empezamos a implementar más las redes a usar hashtags de la mano con la gobernación del Tolima, hacíamos encuestas, sondeos, historias, toda una campaña de expectativa para la noche de gala para deportistas de juegos nacionales, conteo regresivo, pero desde la parte de la gobernación porque de parte de Indeportes no había un impulso con redes sociales.

**VM: ¿Qué aspectos no compartías con la organización donde trabajaste?**

**LH:** A mí me da mucha tristeza hablar de esto, pero es la realidad. Mire a un medio no le importa cuánto sepa usted de esto y más en un ente público, importa que usted venda y eso es frustrante, eso duele. Yo trabajé 1 año y 8 meses ahí, pero uno cada vez que se le acaba el contrato tener que estar preguntando y mirando y que le falten al respeto porque usted no tiene padrino político es cierto, es una realidad. Usted puede venir recomendado, pero trabaje, no es venir por venir, no es malo venir recomendado, es malo venir y no hacer nada.

Que sí me ofrecieron contratos por algo a cambio corporalmente, sí me lo ofrecieron, pero eso va en el carácter de uno, yo nunca acepte por eso ya no estoy trabajando ahí. Es muy frustrante que le insinúan, pero es darle manejo. No aceptarlo, porque no hay que justificar eso, hay que ser muy inteligente yo me alertaba y me enojaba muchísimo.



La envidia, son como unas pirañas. No me gustaba que me dijeran que era lo que tenía que escribir, aunque nunca se vio vulnerada mi ética, nunca mentí, pero era muy frustrante para mí escribir que la gobernación le dio x cosa que el desempeño de los deportistas. Eso no me gustaba, más la inmediatez no dejan que uno produzca.

**VM: ¿Cómo eran sus horarios laborales?**

**LH:** En Indeportes era lo que marcaba, de domingo a domingo sin horario, había que seguir de largo. Había viajes, salíamos de madrugada y salíamos muy tarde. De domingo a domingo.

**SC: ¿Cuál ha sido el evento deportivo que tengas en tu memoria que sea muy especial?**

**LH:** Yo viajé con la delegación de la selección Tolima y es llegar con la indumentaria del deportista y tomar las fotos de un triunfo, entrevistar a los ganadores era una alegría muy grande. Esos torneos son mucha alegría, ha sido la mejor experiencia.

**SC: ¿Cuál tienes en mente como tu objetivo o tu evento soñado para ir?**

**LH:** A unos juegos nacionales, moriría por ir a unos juegos nacionales o en Cali me gustaría ir al mundial de atletismo. Sería una locura, ahora un mundial me daría muchísima alegría.

### 12.1.2. Transcripción entrevista Stephanía Montero Zapata

**SC.** Sara Cadavid

**VM.** Violeta Mayorga

**SM.** Stephanía Montero Zapata

**SC:** ¿Cómo ha sido tu trayectoria en el periodismo deportivo?

**SM:** Yo siempre he dicho que el periodista nace, es algo con lo que uno desde muy pequeño se siente identificado, vas creciendo y te das cuenta. Dar una fecha de inicio en el tema del deporte para mí no sería posible porque desde muy pequeña siempre me ha interesado mucho el deporte, en algún momento jugarlo. Pero desde muy joven veía deportes, veía partidos, me gustaba la fórmula 1 cuando estaba Juan Pablo Montoya, veía Tenis, soy súper hincha del América entonces por ahí también comenzó mi pasión por los deportes.

Pero a ejercerlo en el año 2014 cuando decidí faltar a una clase de la universidad para ir a un partido de la selección Colombia en Barranquilla a eliminatorias. El profesor Jorge Manrique de la Javeriana me dijo que me daba permiso de faltar a la clase, pero si le hacía una crónica de fútbol. Yo desde siempre he escrito mucho en mis redes, sobre todo en Twitter de lo que yo veía de fútbol. Pero fue ese momento cuando el profesor me hizo caer en cuenta de que tenía idea, de que sabía, que por qué no seguía en eso. Ese fue un antes y un después porque académicamente soy formada en derecho, pero fue ahí cuando decidí realizar una doble titulación formalmente con la universidad y comenzar a trabajar en el medio. El periodista no necesita un cartón para ejercer, contar historias, informar a la gente, contar cosas que la gente no sabe es algo que puedes hacer en cualquier momento y hoy por hoy en las plataformas es muy fácil hacerlo debida o indebidamente. Fue ese

momento cuando inicié a realizar periodismo como tal y ya de ahí me embarqué en radio, comencé a trabajar con la emisora oficial del América de Cali.

Era otro espacio, otras exigencias, aprendí un montón porque para el momento nunca había visto un taller de radio, escritura periodística, no, eso es algo natural y posteriormente la vida me premia cumpliendo un sueño muy grande que fue llegar al América de Cali y a su departamento de comunicaciones, ya oficialmente al club y ahí hacer una carrera periodística y de comunicaciones maravillosa. Estuve casi dos años con ellos en donde realicé un montón de cosas, aprendí un montón de cosas, el manejo de la prensa, el manejo de las redes sociales, conocer el área de mercadeo digital y deportivo. Que llegara tan joven fue maravilloso.

El profesional y los seres humanos tenemos que salir de la zona de confort. Llegó la posibilidad de salir del fútbol. Llega un reto profesional y fue cuando llego a donde estoy actualmente, a la Federación Colombiana de Natación a dirigir el área de comunicaciones. Próxima a cumplir dos años acá.

**SC: ¿Qué estrategias has utilizado para obtener esos logros?**

**SM:** La pasión, cuando haces las cosas con amor y pasión y convencida de que eso es lo que a ti te gusta, a ti la vida te premia. Soy una persona que empíricamente ha estudiado mucho, he viajado mucho en pro de aprender cosas, he estado en diferentes países, reuniéndome con equipos de fútbol, haciendo mesas de trabajo. Pero todo es motivado por la pasión, esa ha sido mi clave para conseguir todo lo que he vivido. Las mujeres hoy tenemos un potencial enorme en el periodismo deportivo, porque vemos las cosas diferentes, las mujeres tenemos ese don de mirar el detalle. Se nos ha abierto un camino muy importante. La clave: trabajar con amor, trabajar con pasión, seguramente en este medio la remuneración económica merecida se demora en llegar.

**SC: ¿Cómo ha sido el recibimiento / la relación con tu público?**

**SM:** He sido muy bien recibida, siempre he dicho que como mujeres debemos tener un carácter en este medio, más en el fútbol, no es fácil, no es sencillo enfrentar a la prensa. Es intimidante, pero cuando tú estás segura de lo que estás haciendo y de repente esa persona que lleva 30 años no ha salido a viajar, no ha ido a un campeonato FIFA, no conoce cómo se maneja la prensa internacional tú dices, venga yo estoy haciendo las cosas como las hacen los grandes, por qué me van a decir a mí que no. Entonces son ese tipo de cosas que me han permitido a mí crecer en el medio y ganar respeto. El respeto no se impone.

Al principio fue muy difícil, dudé muchas veces de mis capacidades. Llegué a llorar en las ruedas de prensa, el fútbol es un deporte de resultados. Al final es el carácter, hay que tener mucho cayó para aguantar críticas, insultos en ruedas de prensa, que desobedezcan las normas. Al final, mi relación con la prensa a nivel general es muy buena, hemos logrado a nivel nacional tener contactos y eso más que América me permitió también llegar a una federación.

**VM: ¿Cuáles eran los criterios para escoger qué noticia cubrir?**

**SM:** Son dos mundos totalmente diferentes. El fútbol es un deporte que tiene prensa entonces cualquier noticia es noticia a nivel nacional. El factor en natación en este momento que nosotros evaluamos, los juegos olímpicos, los deportistas que están en búsqueda de una clasificación olímpica. El próximo año Tokio 20-21, el fútbol se mueve un poquito y todos los periodistas van a estar pendientes de las clasificaciones olímpicas.

Cuáles son los nadadores, qué clavadistas. Yo comienzo a darle a la prensa lo que yo sé que van a necesitar. Uno siempre mira qué es noticia, cuál es esa disciplina que le va a dar el periodista el insumo para que me saque.

Todos los campeonatos internacionales de ciclo olímpico son los que la prensa le importa.

En América todo era noticia, lo bueno, lo malo, lo que tú no querías, era noticia. Son dos mundos totalmente diferentes. De repente, sin tu saber, sabían el nuevo fichaje de un jugador. La forma de filtrarse es muy fácil. Estaba en un equipo a nivel nacional muy importante. En América era noticia hasta los cargos administrativos, no había un criterio relevante. La información relevante eran ruedas de prensa después de cada partido, previo a cada partido y los insumos.

**VM: ¿Cómo era el manejo de fuentes?, ¿cómo consigues tu una primicia de una fuente verificable?**

**SM:** Yo no estuve mucho tiempo ejerciendo como periodista, nada más seis meses. En el fútbol las fuentes las puedes manejar de dos formas. Una es la persona que se acerca a ti porque necesita que la información se sepa, confía en ti como periodista. Y otra es la que tú averiguas, tú comienzas a investigar, el representante del jugador. A veces en otros equipos los mismos jefes de prensa te ayudaban a nivel internacional, entonces los contactabas y por ahí se comenzaban a dar. Había fuentes que se conseguían siguiendo un conducto regular, pero evidentemente la mayoría es demasiado informal, y a veces las mismas fuentes son los mismos directivos. A los mismos directivos les gusta que suenen los jugadores, para que suban los precios, y el empresario porque si no se llega a dar si vean que su jugador está en el mercado. En el fútbol las fuentes son directivos, empresarios y a veces los mismos jugadores.

**VM: ¿Cómo se cubre la información de una noticia versus cómo se cubre un suceso superimportante?**

**SM:** La dinámica te la da el mismo público, el público te pide. Cuando el jugador llega, le haces la foto firmando el contrato, con la camiseta, algún otro contenido multimedia, cuando son jugadores superimportantes, por ejemplo, Adrián Ramos. Haces una expectativa, incitas a la gente a que comente, interactúe en las redes. Llevas al jugador a los medios. Y ya, el jugador llegó y ya, es un pico muy corto. Por ejemplo, llegar a la final o cubrir un evento internacional. Cuando es una final son partidos ida y vuelta, entonces tienes más o menos dos semanas. El resultado te involucra muchas cosas de tu planeación de comunicación. Llegas a la final, das insumo, bombardeas. Es una época de mucho trabajo para la oficina de prensa, de publicar todo. Después del primer partido depende si ganaste, empataste, si perdiste y cómo perdiste, si eras local o visitante. Es muy corta, son menos de dos semanas. Si quedaste campeón, estadísticas, información, hace cuanto, goleadores, técnico, detrás de, todo el contenido que se te ocurra funciona. Todo sale bien. En un campeonato internacional, es un campeonato de un mes, es un mes de información. Quienes clasificaron, quienes van, cuál es la selección. Es un campeonato muy importante para el comité olímpico colombiano (Lima), que otorga cupos a juegos olímpicos. En Clavados, hay dos colombianos en esa prueba, los mejores dos jugadores, uno que había ganado todos los juveniles, en la preliminar, quedó de segundo. Clasifica de segundo, todos los medios “aquí va a haber medalla en la final”, pero eso es mentira, la preliminar no dice nada. Comenzamos a bombardear de información, la prueba, cómo es la prueba, a contextualizar a la gente. Si llega a haber medalla de oro, hay clasificación olímpica. Había un favorito, Sebastián Morales, se tiró un salto como en 40 puntos y Daniel Restrepo comenzó de menos a más, de repente Daniel ya estaba en tercer lugar. Faltaban dos saltos, Daniel ya estaba de segundo. Trabajar en deporte como

periodista tiene sus cosas maravillosas y es vivir estas competencias. Colombia nunca había tenido medalla de oro en disciplinas acuáticas. Faltaba el último salto, Daniel iba de primero. Cuando salta Daniel, falta el canadiense, el entrenador dice “somos oro”. Oro para Colombia, un pelado de 19 años, ganándole a Estados Unidos, Canadá, Brasil. Yo nunca había visto tanta prensa. Ahí es el momento donde uno como periodista tiene que aprovechar, uno no sabe cuando va a volver a pasar. Tú tienes que quemar ese momento, dale visibilidad sobre todo a un deporte que no tiene visibilidad, hazlo, aprovecha el momento, es tu momento de fama, al deportista, al grupo de trabajo. Dale mucha prensa, contextualiza a la gente, cuéntale la historia. En fútbol los periodistas llegan solos, en natación toca ir y buscar a la prensa.

**VM: ¿Cómo son los tiempos para la producción informativa con tu equipo de trabajo?**

**SM:** Por lo general al inicio del año tú tienes un calendario deportivo, unas fechas establecidas. Tienes un calendario nacional, que son los campeonatos que organiza la federación y tienes los campeonatos internacionales que son los que sacan sus selecciones. La liga Dimayor, tú tienes el calendario nacional. Pero tienes el calendario FIFA, la copa América, las eliminatorias. En natación pasa exactamente lo mismo, tenemos campeonatos nacionales y tenemos campeonatos avalados por la Federación Internacional de Natación. Primero le comparto eso a la prensa y comienzo a preparar todo, insumos, fotografías, sobre todo los que son selección Colombia, no todos son selección. Y campeonato a campeonato tú haces una previa, cuentas que clubes o que ligas son los que van a participar. Básicamente es una planeación anual, con los campeonatos internacionales por temas de patrocinadores toca hacer ruedas de prensa, difundir mucho quienes van, quienes nos representan. Cuáles son las aspiraciones que tiene Colombia. Campeonato tras campeonato nos encargamos de anunciarlo a la gente qué es lo que pasa en cada campeonato. En

la Federación cada disciplina es un mundo diferente, requiere de una información diferente. En el fútbol la planeación es diferente porque todo es demasiado reactivo, no había una planeación específica, pero no porque uno no quisiera sino porque desafortunadamente para los clubes y los dirigentes deportivos todavía no tienen la magnitud de lo que es manejar el tema digital bien, de tener una estrategia. Todo era muy reactivo, dependía mucho del resultado, del manejo del equipo. Fue muy difícil sacarle cosas positivas a las redes cuando tú publicabas y a los 30 segundos tenías 100 comentarios insultándote. No había un *feedback* positivo de lo que se hiciera. Hacer una planeación debida cuando todo era muy reactivo. Si el equipo perdía, todo lo que uno tenía planeado para la semana cambiaba. América es un equipo muy diferente a todos, la hinchada es muy pasional, hoy te ama, pero mañana te odia. Entonces es un poco más complicado.

**SC: ¿Qué cambios has notado tú con el manejo de redes?**

**SM:** En Sudamérica creo que Colombia es uno de los países que más quedado está, a pesar de que ha despertado, en el manejo y en la debida optimización de esos recursos, es que las redes al fin y al cabo son recursos que se pueden monetizar. No le apuestan a eso, no invierten. Hoy por hoy los datos son todo. Aquí todavía sigue siendo muy la compra normal, el consumidor de volantes. Un ejemplo, don Tulio quería montar un supermercado marca América, se trajo un *container* de China. Y bueno se dio cuenta, había que invertir en un e-commerce, una tienda física, inversión en redes sociales, un montón de cosas que no había en el club. Fue un proceso muy lento de entender sobre todo el marketing deportivo en sí mismo, el marketing digital deportivo. Yo peleé mucho, sigamos las buenas prácticas. Hagamos alianzas para que inviertan en análisis de datos, una aplicación. Había un montón de seguidores, pero no había plata. De nada sirve tener la hinchada más grande del país si eso no da plata. Hoy por hoy la taquilla tendría que ser uno de los ingresos más



irrelevantes para un club, hay que diversificar. Que represente no más del 15% de los ingresos. América en su torta de ingresos el 40% dependía de la taquilla. Por anécdota hubo una idea mía de llevar los productos del América a las ciudades donde América juegue de visitante. Todo lo vamos a pautar por redes. Algo re folclórico, una mesa en el hotel. Nos mandaron en carro, le dije al gerente, ah bueno listo, pero si yo vendo más de 20 millones, las próximas veces me mandan en avión. Vendimos casi 90 millones de pesos en un fin de semana, todo pautado por redes. Ellos se dieron cuenta de que hay que monetizar y hay que generar estrategias para monetizar, para mover las redes, para invertir. En el caso de la Federación cuando yo llegué era una federación con unas redes sin una estrategia, sin una línea gráfica, sin identidad, entonces, obviamente el presupuesto no es ni medio parecido al de un equipo de fútbol, hubo que trabajar mucho más. Cuando llegué tenía 3.500 seguidores, después de un año y medio ya tenemos casi 11.000. En todas las redes hemos crecido, montamos el canal de YouTube y comenzamos a monetizar orgánicamente, sin pautas, sin ayudas de ads. Creo yo que todavía estamos muy primarios en eso, pero es justamente porque la dirigencia a nivel nacional del deporte es muy envejecida, no tiene la visión de nosotros los jóvenes. Por lo menos en la federación he tenido el éxito que he tenido porque el gerente actual es joven, entiende de la importancia entonces me ha dado las herramientas y ha invertido mucho en esto. Pero todavía siento que en Colombia el mercado es demasiado virgen en todo lo que tiene que ver con las redes sociales.

**VM: ¿De pronto existe algo más que tú no compartas con respecto a la organización?**

**SM:** Lo que menos comparto es que al final siento que Colombia puede tener un impacto muy grande a nivel deportivo, pero definitivamente los procesos no se cumplen, no se invierte debidamente en lo que tiene que ser. Un ejemplo, el año pasado en el mundial de natación en

Corea, llevaron a una deportista lesionada por cumplir, porque tenían que ir. Entonces yo digo, porque no llevas mejor a una joven, a foguearla, a que haga su proceso, a que comience a estar en las altas ligas, es la única manera de aprender un montón de cosas. Los procesos deportivos y la falta de mercadeo, siento que el deporte lo pueden apoyar mucho, hay cosas que la gente no sabe porque las federaciones no tienen un departamento de comunicaciones, un departamento de mercadeo, no se pegan de los jóvenes, siguen todavía muy a la radio, a la televisión, que no es que no sean importantes, pero hoy por hoy el tema digital tiene mucha más fuerza que una nota en radio, en un periódico. La televisión y la radio se han trasladado a un segundo plano. Eso junto con los procesos deportivos, es frustrante. Sé que el camino no es fácil (para los deportistas). En este medio se van a encontrar un montón de cosas que no les parece, pero uno al final tiene que seguir haciendo su trabajo, enfocarme. Con lo que tiene que ver con mi área, más inversión, más creencia, un grupo de jóvenes puede hacer mucho más que una persona que te vende la idea de que salir en televisión es lo máximo.

**SC: ¿Cómo eran los horarios laborales? ¿Cómo son ahora?**

**SM:** En América no había horario, era 24/7, lunes a lunes con celular prendido porque en cualquier momento pasaba algo. Viajábamos un viernes, teníamos partido un sábado, regresamos el domingo y el lunes había que seguir trabajando. No hay horarios, puedes llegar a las 8:00 A.M. a la oficina a un día normal y de repente, de un momento a otro se filtró algo, salió algo, te dan las 9 de la noche, último trino, última publicación, y al otro día es igual, te piden lo uno, te piden lo otro. Tienes que viajar, tienes que alistar los convocados, es un trabajo de 24 horas los siete días de la semana. Es maravilloso, yo no me quejo de eso, es lo que yo le he pedido a la vida, pero no es sencillo. Tú no eres deportista, pero comienzas a vivir la vida del deportista, tú estás viajando con

ellos todo el tiempo, prácticamente vives los horarios de ellos, sin contar que ellos salen del partido, terminan su trabajo y uno apenas comienza su trabajo, tienes que ir a la rueda de prensa, a montar la nota, montar las fotos, la galería. En la Federación es igual, no es tan demandante como fútbol, porque no hay tanto público pidiéndote, pero viajas todo el tiempo, porque todos los campeonatos son en diferentes sedes. Entonces tú viajas un miércoles, regresas domingo casi a la media noche. El lunes arranca tu jornada normal de oficina normal y el miércoles otra vez estás viajando. Es muy poco el descanso que se vive en la vida deportiva trabajando. Pero tú todo el tiempo estás pendiente de la información, tienes que estar leyendo mucho, tu celular es tu instrumento de trabajo, tienes que saber de todo, manejar redes, redactar, tener nociones de diseño. No hay horarios. Están en función y a los horarios de dónde esté la acción.

### 12.1.3. Transcripción entrevista Ana Milena García Domínguez

**SC.** Sara Cadavid

**VM.** Violeta Mayorga

**AG.** Ana Milena García Domínguez

**SC: ¿Por qué periodismo deportivo? ¿Cómo comenzaste? ¿En qué época?**

**AG:** Siempre me llamó la atención, soy hija de un deportista, mi papá fue el inventor en pesas aquí en el Valle del Cauca, él es de Cerrito Valle, lo acompañaba mucho, me gustaba. También cuando pequeña salíamos a la variante a hacerles barra a los ciclistas, era muy emocionante. Desde los 4 años en adelante fue que me llamó la atención. Empecé practicando atletismo, era la mejor de la escuela y me llamaba mucho la atención las entrevistas que le hacían a mi papá y yo desde pequeña decía que quería ser abogada y periodista y mira que ambas las cumplí y es lo que ejerzo y pude cumplir mis dos grandes pasiones.

**SC: ¿Cómo ha sido tu trayectoria en este campo?**

**AG:** Inicie en el año 90 con un programa radial enfocado en diferentes disciplinas como natación, fútbol y diferentes disciplinas deportivas. Siempre me apasioné por dar a conocer otros deportes. Fue muy difícil porque en esa época yo era muy joven. Me enteré de que Yudy Lizalda era pionera en periodismo deportivo aquí en Cali y ella inició con fútbol y un día me dijo “Ana Milena yo creo que esas otras disciplinas aquí no dan, acá es el fútbol”, pero eso no fue ningún obstáculo, yo seguí con lo mismo, después hice una pausa de ese noticiero y me retiré y aunque cubrí fútbol nunca me llamó la atención hay que destacar otras disciplinas. me incliné por promover el deporte comunitario, de las ligas deportivas. Del año 94 al 96 hice un receso porque me fui a trabajar como

comisaria de familia y después en la fiscalía. Después me reintegro al campo radial y me encuentro con un periodista llamado Silvio Zamora quien era muy compaginado a lo que a mí me gustaba, lo invite a que hiciera parte de Contacto Deportivo en Todelar y empiezan muchos deportistas vallecaucanos a nivel nacional a dar medallas y ahí empieza a llamar la atención para el público. No hay que tirar la toalla. Siempre he dicho que a veces uno tiene más el apoyo de los hombres periodistas que de las mismas mujeres, lo digo porque a mí me ha pasado. Hay que destacar lo que uno hace, prepararse, conocer al periodista y sus logros.

**SC: ¿Cómo era el ambiente laboral en esas organizaciones en las que has trabajado?**

**AG:** El ambiente laboral en las cabinas como la ciudad es muy futbolera empiezas con muchos limitantes porque un programa de 3 horas se llevaba 1 hora y media para el Cali y otra hora y media para el América y a uno con otras disciplinas te dan 10 minutos cuando uno se ha llevado todo un día investigando y haciendo el reportaje es muy frustrante y empiezan las limitantes. Igual hay muchos directores que tienen en la cabeza el signo pesos y solo quieren publicar lo que “vende”. Ahora, si uno se va a trabajar a x lugar y te dicen tu salario es tanto, por ejemplo 1'300.000 y hay compañeros que hacen lo mismo, pero con fútbol, pero gana mucho más y la razón que porque ellos son hombres y uno mujer es muy injusto, estamos haciendo el mismo trabajo la tan anhelada igualdad de género que aún no se da. Otra situación, cuando te encuentras con las colegas mujeres es dado ayudar, pero muchas no, es una serie de situaciones muy incómodas recibe más ayuda del otro género, son todas esas barreras que va uno pasando. Uno debe estar dispuesto a ayudar. Hay gente que cree que porque uno tiene cierta edad ya está mandado a recoger y no así no es, hay jóvenes que les falta mucho por aprender. Hay que estar al

día con la tecnología y formarse porque entras a tener ventajas sobre ciertos colegas, eso te diferencia. Mi palanca es Dios y lo que he aprendido.

**VM: ¿Cómo le haces seguimiento a las noticias? ¿Cómo es tu rutina?**

**AG:** Uno tiene que estar al día, ver noticias, escuchar radio. Trato de tener calendario de todas las disciplinas deportivas y eventos en el año. Me ha ayudado mucho que tengo contactos que me agregan a grupos de WhatsApp nacionales de periodistas. Pertenezco al gremio de periodistas deportivos en Colombia. Si me llama la atención algún deportista yo le hago seguimiento, lo investigo y averiguar tanto de su disciplina como de su vida. Hay que saber cosas cómo quién es María Isabel Urrutia en Colombia, estar contextualizado e informado.

**VM: En cuanto al manejo de las fuentes ¿Cómo lo haces? ¿Cuál es tu estrategia para conseguir primicias?**

**AG:** Sí, tengo las fuentes con mucho cuidado porque te dan una noticia y hay que verificar si es verdadero no se puede replicar información falsa, quedas mal tú. Hay que esperar e ir a la fuente directa, si es una fuente que no está en Colombia contacta con periodistas de ese país. También tengo fuentes reales como los deportistas que voy hasta donde él y que él mismo me responda, no me confío de lo que dicen por ahí. Tengo amigos de noticieros, en Bogotá, por lo general acudo a ellos porque son confiables siento que es de colegaje y es que como dicen “es mejor tener amigos que dinero” Tengo alianza con muchos colegas y ahí me doy cuenta de todo, me contextualizo. Son muchas formas de buscar la noticia, hay que ser apasionadas. También es necesario tener dos idiomas, al menos el inglés, eso lo destaca uno, hay que estudiar diariamente.

Les cuento como anécdota, en el 2010 fui la única periodista, pasé informes para Todelar, para Univalle estéreo y fui la única mujer elogiada por mi trabajo y también les colaboraba a varios colegas.

Una vez de un día para otro me pidieron comentar boxeo y yo me puse a estudiar en una noche, mirar videos en una noche y parte de la madrugada y fui felicitada me salió muy bien y comentar no es fácil y hubo gente que creyó que yo llevaba años en esto. Pero bueno ese esfuerzo me dio un reconocimiento.

**VM: ¿Cómo eran los tiempos para la producción informativa?**

**AG:** Cuando estaba en la revista Maratón, la publicación es mensual entonces hago mucha crónica, hago muchas notas frías que no pasen de tiempo, mis notas son del valle del cauca y estoy en búsqueda de nuevos acontecimientos a los alrededores, busco material según el mes.

En un noticiero, te exigen más, hay que estar al día con todo, hay que entrar con una noticia actualizada, hay que estar pegados de todo lo que cuentan y pasa, todo es fresco. Hay que buscar algo más. Incluso ahora con todo esto de la virtualidad uno está en muchos chats, uno mira, yo por ejemplo estoy mirando el Twitter de diferentes federaciones ahí publican muchos insumos para notas, hay que seguir las redes, lo tecnológico es lo que hay hoy en día, no hay que quedarse con lo que dice ahí hay que buscar a los deportistas. Cuando uno es jefe de prensa y saca un boletín, pero hay medios que lo asaran a uno que manden rápido, pero así mismo como tú envías el boletín así lo ponen no toman fotos, no van al lugar, nada solo es copiar y pegar. Pero también hay entidades que lo piden así, que publique tal cual se lo mandan y ya. Estar al día con todo. En la radio es más tranquilo, menos estresante, tienes tus apuntes, puedes leer, aunque hay gente que se

estresa. En televisión hay que estar más pendiente, tener la capacidad de improvisar por cualquier imprevisto.

**SC: En las organizaciones que has trabajado ¿Cómo eran los horarios laborales?**

**AG:** En noticiero en Todelar yo salía de mi casa a las 4 am y a las 6 am empezaba el noticiero, pero llegábamos antes para organizar que íbamos a decir con el director. Cuando estuve en el noticiero del mediodía empezábamos al mediodía igual uno se está informando con lo que va pasando en el día y hacerle seguimiento y resumen para abordar el tema con tranquilidad. En lo escrito si era con más calma, pero es más complicado.

**SC: En esas organizaciones de pronto ¿había algo que no compartías? ¿qué no te parecía?**

**AG:** Sí, tuve como 3 situaciones muy duras. Por ejemplo, cuando tú estas en un noticiero y llega el director y empieza a darle duro a una disciplina deportiva y uno sabe que no estamos haciendo las cosas mal, estamos cubriendo bien y es confrontar a esa persona que el equivocado es él, uno está trabajando bien. Es tener la facultad de poder decir “eso no es así” y empiezan los roces, y puede ser mi jefe y todo, pero si no tiene razón y hay gente que se queda callado porque es el director uno puede hablar sin ser grosero. Es la ética y una vez dije, busquen a alguien más porque no comparto esas decisiones y en 15 días me voy y cosas así. Eso lo hace pensar a uno que la independencia es mucho mejor para evitar esos conflictos.

**SC: ¿Cómo ves la llegada de las redes sociales al periodismo deportivo?**

**AG:** Desde antes yo siempre he sido muy curiosa en este aspecto. A mí me tocó cubrir los juegos centroamericanos y del caribe y desde entonces ya estaba el WhatsApp, yo por ejemplo grababa



las entrevistas y las enviaba por el WhatsApp y era un beneficio porque ahora todo es inmediato sin importar en qué lugar del mundo estás. Pero por tener todo inmediato no se puede dejar la reportería ni la esencia del periodismo, ese es un gran beneficio que ha traído las redes sociales. Están en una época buenísima que se puede aprovechar. Las redes han llegado a mi vida como una facilidad en comparación a como era antes.

#### 12.1.4. Transcripción entrevista Claudia Helena Hernández Medina

**SC.** Sara Cadavid

**VM.** Violeta Mayorga

**CH.** Claudia Helena Hernández

**SC:** ¿Por qué periodismo deportivo y cuál ha sido tu recorrido en esta profesión?

**CH:** A mí toda la vida me gustaron los deportes, practique diferentes. Cuando estaba en bachillerato mi objetivo era irme como basquetbolistas a Estados Unidos y tenía ese sueño. Aquí no había baloncesto profesional masculino, menos femenino. No había esa opción, la única era irse para estados unidos y no había los recursos. Yo empecé a pensar que la opción de seguir ese camino de los deportes era siendo periodista. En mi casa siempre ponían los programas deportivos que había en el día, y a mí empezó a gustarme el tema. Empecé a pensar que el periodismo deportivo realmente era una opción. A pesar de que me inscribí también en derecho, la verdad yo me presenté a en la sabana a periodismo y cuando me dieron la respuesta en la sabana, ni siquiera fui a averiguar si había pasado en derecho.

Estando en la universidad yo siempre busqué bienestar universitario y qué hacían, qué deportes había. Yo desde primer semestre escogí la electiva en deportes y baloncesto. Me escogieron para la selección de la universidad, luego la de la facultad y luego fui la representante de deportes de la facultad ante la universidad. Yo ayudaba al bienestar a organizar eventos. Si no ayudaba, estaba compitiendo con la universidad. Los deportes me identificaban mucho en la universidad.

Un día, Hernán Peláez, que era el director de deportes en caracol y que tenía el programa La polémica de los deportes, un programa nacional en donde participaban los mejores periodistas del

país, le dijo a Nora Correa, una periodista, que estaba haciendo prácticas en Caracol que él quería oír una voz femenina en el programa. Ella le dijo que ella no, que si quería ella le averiguaba en la universidad. En bienestar me ubicaron a mí, yo estaba allá, yo dije “no pues imagínese semejante programa y con Hernán” me hizo una cita, nos entrevistamos y empecé a ir al programa. Desafortunadamente en esa época a nivel de ciclismo las tres carreras grandes eran muy seguidas, y los periodistas que iban por Colombia se quedaban tres o cuatro meses en Europa, y Hernán iba a todos esos viajes. Entonces al mes Hernán se fue, yo quedé en el programa, pero ya no era lo mismo. La cosa no funcionaba.

Un amigo haciendo unas prácticas en Súper, el director del noticiero había comprado el espacio para hacer deportes y el hacer un grupo de deportes allá y mi amigo me recomendó. Me entrevisté con él, me ofreció cubrir una fuente para el programa de fútbol y me lo valía por prácticas. No volví a ir al programa de Caracol, comencé en Súper y a hacer transmisiones de fútbol. El jefe mío no logró arreglar para el siguiente año y el proyecto quedó ahí. Marco Antonio Bustos compró el espacio, lo contacté, me dijo que, sí y empecé con él, en la Voz de la Víctor. No duró mucho.

Pasaron unos meses había un proyecto nuevo en Todelar de Bogotá, me contactaron y arranqué con ellos también. Estando ahí el narrador solo venía los fines de semana porque el fútbol en esa época era solo los fines de semana. Él estaba buscando una asistente de dirección de croma deportes Cromavisión, y estando ahí surgió la oportunidad para que cubriera Millonarios en RCN, dejé Todelar y seguí haciendo croma deportes. En RCN estuve 15 años y medio. Cuando terminaron el programa, nos fueron sacando, me fui y al cabo de unos meses se logró hacer algo otra vez con Todelar, con ellos estuve como dos años más. Ahí surgió la opción de El Gran Debate Todelar, después en Radio As, estuve cuatro años ahí. Se acabó eso y no ha habido mucha opción de hacer mucha cosa, estuve de panelista en el Vbar, y ya seguí con lo de la universidad.

**SC: ¿A partir de ese largo recorrido que has tenido, como mujer? ¿cuál piensas que ha sido la clave para insertarse en el periodismo deportivo?**

**CH:** Hay dos claves, primero, yo sabía de qué estaba hablando, era fundamental y clave, había niñas que llegaban por accidente, por los jugadores, o porque deportes era como lo del ladito, les daban lo que menos importancia tenía. Eso a mí no me tocó, porque yo entendía los deportes, podía hablar sin inconveniente. Segundo, era la pasión, eso va por dentro, a uno tiene que gustarle definitivamente. Una tercera, en ese momento no había muchas mujeres en el medio, es más la primera mujer que tuvo la oportunidad de hacer un vestuario, con transmisión en vivo y en directo fui yo, entonces, lo clave para mí era la seriedad con la que yo llegaba a afrontar. Esas tres cosas fueron claves y muy importantes.

**SC: ¿Cómo fue la relación o recibimiento por parte del público?**

**CH:** La verdad bueno, sorpresa por lo que les decía era una novedad, yo llegaba a los vestuarios y todo el mundo me miraba raro, pero desde un principio yo trate de hacer lo mismo que ellos hacían, anteriormente dejaban abierto desde que terminaba el partido, todo el mundo decía “que la saquen” y yo decía que no, que, sí vestuario abría y había periodistas dentro, pues yo entraba, si no abren, yo no entro, pero pues no entra nadie. Siempre busqué que valoraran el trabajo y que las cosas fueran pareja. Realmente fue novedad, a la gente empezó a gustarle el programa, eso empezó a calar muchísimo más allá y a ser importante, inclusive entre los mismos colegas. La verdad gustó y ese gustar también estaba por el lado en que lo que yo dije, las noticias, eran reales, verídicas, esa seriedad en la información, la precisión y realidad te va haciendo a ti importante, te va abriendo campo y te va posicionando en el medio.

**VM: ¿Cuáles eran los criterios para escoger qué noticias cubrir?**

**CH:** Como hay una fuente específica, lo mío era como base lo de millonarios, aunque por ejemplo los sábados que era el día que la mayoría descansaba, yo era la responsable de los dos programas (el de la mañana y el del medio día) entonces hay que tener cosas generales también. Pero lo mío, en RCN, yo tenía una sección “El hoy y el ahora de Millonarios”, la ventaja en ese momento era que se podía ir todos los días a la práctica, desde que los jugadores fueran yo tenía que ir, a mí me daban para el transporte, yo no podía sacar disculpas. Yo iba todos los días que ellos fueran, incluso los sábados. El fútbol en esa época era solo los domingos, entonces los sábados entrenaban y elegían el equipo a concentrar, desde esa época los jefes de prensa no daban mucha información, la clave era saber, no publicaban fácilmente los concentrados, a partir los concentrados uno hacía las notas para la previa del otro día y uno podía acertar en dar una formación. Allí el éxito estaba en que en muchas oportunidades acerté en la formación sin que me la dieran, producto de lo que había visto en toda la semana y que estaba al día en la información. Ahí qué contar o no contar no tanto se veía, sino que uno tenía que contar todo. Todo lo que se había visto en la práctica, todo lo que había vivido el equipo en el día e incluso después porque las noticias no paran porque ellos se vayan para su casa. Ese estar al día a día y el día a día con el equipo, todo para donde ellos fueran. Era estar detrás de ellos todos los días a toda hora, eso te daba la pauta para que lo poco o mucho que pasara había que contarlo. Ahí no se podía dejar cosas por fuera. Ahí había que decirlo absolutamente todo.

**VM: Desde tu experiencia como haciendo prácticas hasta ahora, ¿cómo crees que evolucionó tu destreza para hacer noticias?**

**CH:** Ahí si como dicen “la experiencia hace al maestro”, digamos una de las pautas que yo hice en el vestuario para que no fuera tan incómoda la cosa, yo lo que buscaba hacer era, me hice como amiga del portero para que me fuera diciendo hacía que lado estaban los cambiados y hacia qué lado estaban los que no, lógico yo me entraba por el lado de los que ya estaban medio listos. Esa fue una de las cosas que la experiencia me dio para manejarla. Después con los técnicos y jefes de prensa logramos que no se abriera al final hasta que no estuvieran medio listos. También se cambió saber capotear algunas situaciones porque cuando pasa algo todos quieren tapar, entonces si uno está ahí es saber capotear la cosa. A mí, por ejemplo, en esa época en Antena 2, bajo la dirección técnica del Chichi García, él peleaba mucho con Carlos Antonio, nos vetaron. Era más complicado hacer el trabajo, me tocaba ir, estar allá antes de que él llegara y quedarme hasta que se fuera, él hizo todo lo posible por sacarme, los jugadores a mí si me hablaban. Él no veía cómo ponerme trabas. Sin embargo, los jugadores decían que el problema era con Carlos Antonio y no con ella. Alguna vez se asoció con un colega para ponerme una trampa, él necesitaba ponerme un motivo para que yo la embarrara, dar una información falsa. El tema era que iban a regar el rumor de que había habido unos jugadores en indisciplina el viernes en la noche. Él no contaba con que yo ese día no me tenía que subir al carro de él. En el carro les lanzó a los colegas y a uno con el que él veía que yo me la llevaba mejor, le dijo oiga no sé si Claudia sepa y si no dice nada Carlos Antonio la mata, claro en esa época no manejábamos celulares, le dijo usted por qué no llama ahorita que llegue a su casa para que sepa. Estando en mi casa me llamó y me dijo que fulanito había dicho en el carro eso. Le dije ve tan raro, cuando pasan esas cosas uno siente el ambiente raro, le dije: pero espérenme yo investigo, llame al presidente, al cabo del rato me devuelve la llamada y me dice que no vaya a decir nada, es una trampa. Entonces si yo no hubiera tenido experiencia yo hubiera llamado a la emisora a decir “tengo una extra”, pero yo manejé la cosa, llamé al presidente primero.

**VM: Tu cómo periodista, ¿cómo le hacías seguimiento a las fuentes?, ¿cuál era tu estrategia para conseguir una primicia que fuera verificable?**

**CH:** Lo primero, la relación con las fuentes, sin ser “gran amistad” pero sí un respeto mutuo, que te valoren tu trabajo, porque no has inventado nada, no has dañado a la persona, entonces había una buena relación y esa relación también se hace porque yo iba todos los días allá, todo eso da una cercanía en la posibilidad de que sin querer queriendo a ti te comenten tal cosa. Que más se hacía, que era ventaja en esa época, como les digo uno iba todos los días, uno se podía sentar en la raya en la cancha, el día que había partido uno tenía los suplentes aquí al lado, y uno podía dialogar con ellos, o simplemente sin hablar con ellos uno se sentaba ahí y escuchaba lo que decían. De eso sacaba uno muchas cosas. Hoy en día ya a las prácticas se va muy poco, y dejan entrar cuando faltan 5 – 10 minutos, cuando ya están estirando para terminar, uno anteriormente podía con estudio, con trabajo, sabía que hacían, por qué lo hacían, hoy en día toca preguntar porque la práctica no la están dejando ver. Hoy en día es mucho más difícil poder conseguir la información. Es ese manejo de saber en qué momento conseguir las cosas, la relación de respeto mutuo, tocaba estarlo llamando, preguntando, pero uno solo se da uno cuenta ahí, eso solo lo da el día a día.

**VM: Una vez obtienes esa información, ¿cómo eran los tiempos para la producción?**

**CH:** Ahí el programa era diario, teníamos programa en la mañana, al medio día y al principio en la noche. Como era la radio en vivo y en directo casi todo lo hacía yo en directo. Al cabo de unos días de ir todos los días a millonarios, Carlos Antonio se ideó una cuestión que era como especial con algún jugador, entonces ese día yo iba era en el móvil y hacía como unas notas humanas, más del personaje, todo eso se hacía en vivo y en directo. El programa al medio día cuando uno lo

llamaban me tocó hacer informe desde la finca, porque no alcanzaba a regresar, a mí me llamaban y reportaba en vivo y en directo, grababa y pasaba al teléfono las notas, entonces gran producción ahí no había.

Posteriormente como el programa era a las 6 y habían invitados, en el programa tocaba producir personajes, Carlos Antonio llegaba con una lista de 20 personajes y “si no salen estos 20 personajes, a mé el programa no me sirve”, nos repartíamos y había que producir. Al cabo de un tiempo se hizo más difícil que la gente conteste a esa hora, él comenzó a decir que debíamos tener unos pregrabados, que cada uno debía tener tres pregrabados para el otro día, entonces ahí sí había producción. Uno tenía que llamar al invitado, hacía las tres entrevistas, quitarle las preguntas, escribirlas y al otro día se le entregaban a él las tres hojas con las preguntas del personaje y se hacía como si fuera en vivo y en directo, salvo que se cometiera algún error. Por los pregrabados si se hacía producción, de resto todo era en vivo y en directo.

**SC: En ese orden de ideas, ¿tenías un horario laboral establecido?**

**CH:** Sí claro, hacíamos básicamente dizque “ocho horas”, tú sabes que el periodista sabe a qué hora entra, pero no a qué hora sale. Teníamos que estar antes de las 6 de la mañana, porque el programa empezaba a las 6 y básicamente teníamos que ir como hasta las 2 de la tarde. Pero por ejemplo si yo me iba para Millonarios y no alcanzaba a regresar para el programa del medio día a mí me tocaba igual regresar porque tenía que hacer los pregrabados del otro día. Al principio fue un camello, llegaba la 1 - 1:30 tenía que utilizar el estudio, donde estaban grabando otro programa, entonces me iba para mi casa y me devolvía a eso de las cinco de la tarde a buscar hacer los tres entrevistados, si me salían rápido me podía ir rápido, si no el horario se hacía mucho más de las ocho horas.



**SC: ¿Había algo que no compartieras de esas organizaciones?**

**CH:** Si, primero, que antes de que yo llegar a RCN, en ninguna de las partes a mí me pagaron, nunca, en Todelar en la segunda parte con Jorge Enrique Hurtado, logré cuadrar que me diera lo del transporte para ir Millonarios. Pero era un camello porque yo llegaba los viernes y le decía “Bueno Jorge lo del transporte de esta semana”, entonces di tú que fueran \$12.000 pesos, y si tenía 7.000 decía mire no tengo más. Yo vine a ganar plata estando en lo de televisión en Croma visión, pero como yo era estudiante todavía lo tomaban como “práctica” pero daban un auxilio y lo de RCN y lo de As, porque el resto de las cosas que hice en radio no. Bueno en Caracol en el Vbar el programa al que uno iba se lo pagaban. Esa parte nunca me gustó.

Y lo otro que nunca me gusto y hoy en día no me sigue gustando es que ustedes saben que hoy en día la radio está con el tema de que le pagan a uno es con “cupos”, porque eso sí logré después, que me dieran cupos, y yo decía “si yo le trabajo a un medio o a una persona que compró un medio, le estoy trabajando, esa persona me debería de pagar a mí, pero yo tener que trabajar para hacer mi información como periodista y fuera de eso ir a vender para pagarme y hacerme mi propio sueldo, es algo con lo que yo todavía no estoy de acuerdo.

**SC: ¿Cómo has vivido o cómo has visto o cómo lo ves hoy en día, la llegada de las redes al periodismo?**

**CH:** Mira desafortunadamente las redes sociales, sobre todo en esto de deportes, ha llegado mucha gente que ni siquiera es periodista, ni siquiera ha pasado por una facultad, que es algo con lo que yo tampoco estoy de acuerdo. Hoy en día hay demasiados hinchas con micrófono, porque igual hablan. No concibo por ejemplo que en una rueda de prensa después de un partido, que el jefe de prensa le dé a un hincha con micrófono la oportunidad de abrir una rueda de prensa. Y si ustedes

analizan, los hinchas con micrófono la primera pregunta es: ¿y qué mensaje le manda a la hinchada? Entonces, es muy difícil por lo mismo, hoy en día periodismo deportivo está haciendo cualquiera, nuestro consejo de estado cuando nos quita la profesión, a eso estamos abocados. Los famosos blogs, cuando son hechos por periodistas sí, pero cuántos, de esas personas de blogs o páginas, cuántos realmente son periodistas. Hoy en día nuestro periodismo deportivo está abocado a hinchas que tienen plata y pueden sacar un blog o compran un espacio en una emisora, pero que sean periodistas realmente difíciles.

**VM: ¿Tienes alguna experiencia para compartir que te haya marcado como periodista deportiva?**

**CH:** Tengo que decir que estoy de acuerdo que en el micrófono la marca juega un papel importante, he estado en emisoras importantes, no tan importantes y menos importantes. A mí me iba muy bien en RCN, el aviso funciona porque no es lo mismo llegar a una rueda de prensa con el sello de Caracol, RCN, que de Colmundo. Así mismo pasa con los jugadores, ellos saben con quién hablo más, con quien menos o cortico todo eso lo hace el aviso, es real. Para mí el período en RCN fue bueno por el reconocimiento y me permitió salir del país y era algo nuevo porque en esa época no se veían mujeres haciendo periodismo deportivo. Con Millonarios fui a Uruguay en Copa y recuerdo que allá no abren vestuario al principio ni al final, más en una transmisión en directo. Pero bueno, allá me hicieron notas de radio, de televisión y eso es bueno para uno. Es bueno también que reconozcan que se encuentre uno jugadores y que te saluden “Hola Claudia” es bueno.

Tengo una anécdota con Maradona muy bonita con Súper. Nosotros cubrimos una eliminatoria en Bogotá creería que fue una de las últimas veces que Maradona vino con la selección de Argentina

y era una eliminatoria, era una clasificación al mundial entre Colombia y Argentina. A mí me tocó el vestuario de millonarios que era el vestuario visitante en este caso Argentina. Lógicamente en ese momento todos estábamos detrás de Maradona. A nosotros nos dejaban entrar hasta el parqueadero del bus había contacto directo, no existían tantos requisitos y yo me hice dónde quedó la puerta del bus y empezaron a bajar los jugadores y nos empezábamos a dar cambio con los colegas y preciso cuando se baja Maradona me dan el cambio a mí, y claro yo aprovecho y lo saludé y me respondió el saludo, le hice otra pregunta y me la respondió también en ese momento el empresario de él me fue a quitar y él le dijo “no, déjela”. Me fui conversando con él desde el bus hasta el camerino en una transmisión en directo y eso no me lo grabaron, pero para mí fue una satisfacción enorme porque fui la única a quién atendió y yo lo tuve para mí sola al aire, para mí ha sido de las mejores cosas. Anécdotas muchas, muy bonitas en ese sentido. Una vez en Millonarios me dieron un trofeo de la mejor periodista por cubrimiento, tengo ese trofeo. Puede que sea algo sentimental, pero es algo bonito para recordar.

## 12.2. Guiones para reportaje sonoro en formato podcast: Ellas al micrófono

### Guion episodio 1: Claudia Helena Hernández Medina

NARRADOR	TEXTO	AUDIO
<b>Entrada</b>	<p>“Todo el mundo me miraba raro”</p> <p>“Todos los días, a toda hora”</p> <p>“La experiencia hace al maestro”</p> <p>“El periodista sabe a qué hora entra, pero no sabe a qué hora sale”</p> <p>“Muchos oficios, pero pocos trabajos”</p>	<p><b>Música suspenso</b></p> <p><b>Audio entrevista</b></p>
<b>Cabezote</b>	<p>(fade in) música/narraciones</p> <p>Ellas al micrófono nace del querer indagar sobre rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas.</p> <p>Hablamos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempos</li> <li>- Producción</li> <li>- Noticias</li> <li>- Trayectorias</li> <li>- Medios</li> <li>- Experiencias</li> <li>- Estrategias</li> </ul> <p>Y mucho más.</p> <p>(fade out) música/narraciones</p>	<p><b>Música animada</b></p> <p><b>Voz Violeta</b></p> <p><b>Audio gol y pito</b></p>
<b>Sara Cadavid</b>	<p>¡Hola! Somos Violeta Mayorga y Sara Cadavid y les damos la bienvenida a Ellas al micrófono.</p> <p>Para nuestro primer capítulo tenemos como invitada a una de las pioneras del periodismo deportivo en Colombia, Claudia Helena Hernández comunicadora social y periodista de la universidad de la Sabana, con más de 30 años de experiencia en esta profesión y en medios como RCN, Caracol y Todelar, nos acompaña hoy para compartir una parte de su gran y exitoso recorrido laboral como periodista deportiva.</p>	<p><b>Introducción</b></p>

<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Sara Cadavid</b>	En estos 30 años, ¿Cuál ha sido tu estrategia para destacarte como periodista deportiva?	
<b>Claudia Helena Hernández</b>	Creo que hay dos claves que son: primero, yo sabía de qué estaba hablando, era fundamental y era clave porque tuve muchas niñas que llegaron a los medios en donde yo estuve que llegaron por accidente o simplemente porque querían hacer deportes por estar cerca a los jugadores y lo segundo, era una pasión, va por dentro, es algo que se siente, tiene que a uno gustarle, si a uno no le gusta es mejor que no se meta. Entonces esas eran mis dos claves y una tercera clave, era que, en ese medio, en ese momento no había muchas mujeres en el medio. La primera mujer que tuvo la opción de hacer un vestuario con micrófono y transmisión en vivo y en directo fui yo.	<b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo fue el recibimiento de una mujer en esa época? donde no era tan común	
<b>Claudia Helena Hernández</b>	La verdad bueno, sorpresa pues por lo que les decía no había muchas mujeres y yo era novedad, yo llegaba los domingos a la transmisión en los vestuarios y todo el mundo me miraba raro, era novedad. Pero pues, desde un principio yo traté de hacer lo mismo que ellos hacían, siempre busqué que valoraran el trabajo y que las cosas fueran parejas, no solo hombre ni mujeres aparte.	<b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Cuáles eran los criterios para escoger cuál noticia cubrir y cuál no?	
<b>Claudia Helena Hernández</b>	En RCN, por ejemplo, nosotros teníamos una sección que se llamaba el hoy y el ahora entonces en este caso Millonarios, ahí la obligación era que allá se debía ir todos los días a la práctica y desde que ellos fueran yo tenía que ir. Ahí que contar o que no contar no se veía tanto porque todo había que contarlo, todo lo que había vivido el equipo en el día.	<b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo obtenía Claudia Helena la información para sus notas periodísticas?	

<p><b>Claudia Helena Hernández</b></p>	<p>Bueno, lo primero era la relación con las fuentes, sin ser gran amistad, pero sí un respeto mutuo. Que te valoren tu trabajo porque tú no has salido a dar chismes, no has inventado nada, porque no has dañado a la persona, no has dañado al futbolista, entonces había una buena relación. A nosotros nos dejaban entrar todos los días, uno podía dialogar con los jugadores o simplemente escuchar lo que hacían, de eso sacaba uno muchas cosas porque podía uno estar ahí.</p>	<p><b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b></p>
<p><b>Sara Cadavid</b></p>	<p>¿Cómo eran los tiempos de producción mientras trabajabas en RCN?</p>	
<p><b>Claudia Helena Hernández</b></p>	<p>Allí el programa era diario, entonces nosotros teníamos programa en la mañana y teníamos al medio día y al principio en la noche. Como era la radio en vivo y en directo entonces casi todo lo hacía en vivo y en directo. Posteriormente, Carlos Antonio siempre quería que hubiera invitados y gente. Él era de los que llegaba en la mañana con una lista de 20 personajes y los ponía sobre la mesa y decía si no salen estos 20 en este programa esto es una (...) y no sirve. Había que producir y editar las entrevistas, y él decía vamos con tal y se hacía como un directo, pero era pregrabado.</p>	<p><b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b></p>
<p><b>Violeta Mayorga</b></p>	<p>y en cuanto a los Horarios Laborales ¿Cómo eran?</p>	
<p><b>Claudia Helena Hernández</b></p>	<p>Pues hacíamos básicamente diez u ocho horas, pero tú sabes que el periodista sabe a qué hora entra, pero no a qué hora sale. Entonces nosotros teníamos que estar antes de las 6 porque el programa empezaba a las 6 y básicamente teníamos que ir hasta las 2 que se cumplían las 8 horas, pero por ejemplo si yo me iba para Millonarios igual debía volver no importa la hora para hacer los pregrabados.</p>	<p><b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b></p>
<p><b>Sara Cadavid</b></p>	<p>¿Qué no compartes de las organizaciones en que has trabajado?</p>	
<p><b>Claudia Helena Hernández</b></p>	<p>Si, lo primero es que antes de que yo llegara a RCN, hice Todelar, básica, Cromavision, Súper,</p>	<p><b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b></p>

	en ninguna de esas partes a mí me pagaron, nunca, muchos oficios, poco trabajo.	
<b>Violeta Mayorga</b>	Desde la perspectiva de una de las pioneras del periodismo deportivo ¿cómo sentiste la llegada de las redes sociales y toda esta era digital al campo?	
<b>Claudia Helena Hernández</b>	Desafortunadamente las redes sociales, sobre todo en esto de deportes, más en fútbol ha llegado mucha gente que ni siquiera es periodista, ni ha pasado por una facultad que es algo con lo que yo tampoco estoy de acuerdo. Hoy en día hay demasiados hinchas con micrófono y diría que en medio porque hablan. Es muy difícil porque hoy periodismo deportivo hace cualquiera.	<b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Me imagino que son muchas las historias y experiencias que te ha dejado el periodismo deportivo, pero de pronto ¿tienes algún recuerdo especial que nos quieras compartir?	
<b>Claudia Helena Hernández</b>	Tengo una anécdota con Maradona cuando cubrimos la última eliminatoria que tuvimos en Bogotá y de la última vez que vino Maradona con la selección Argentina lógicamente todos estábamos detrás de Maradona. Yo me hice en la puerta del bus y empiezan a bajarse los jugadores y cuando bajó Maradona me dieron el cambio a mí y yo me lancé, lo saludé, me respondió el saludo, le hice una pregunta y me la contestó, fue una transmisión en directo y aunque no quedó grabada para mí fue una satisfacción muy grande porque fui la única en ese momento que lo pudo entrevistar.	<b>Entrevista Claudia Helena Hernández</b>
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	En este primer episodio pudimos reconocer cómo durante un recorrido de más de 30 años Claudia Helena logró posicionarse en el medio. Su pasión, disciplina, estudio y destreza fueron la clave de su éxito y en la actualidad imparte sus conocimientos como docente de la Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, resaltando la	<b>Conclusión</b> <b>Música animada de fondo</b>

	importancia de una buena formación para tener buenos periodistas.	
<b>Cierre Violeta Mayorga</b>	Somos Sara Cadavid y Violeta Mayorga y te esperamos en nuestro próximo capítulo de Ellas al micrófono.	<b>Cierre</b> <b>Música animada de fondo</b>



**Guion episodio 2: Ana Milena García Domínguez**

<b>NARRADOR</b>	<b>TEXTO</b>	<b>AUDIO</b>
<b>Entrada</b>	<p>“Es mi pasión”</p> <p>“No ha sido fácil”</p> <p>“Mi palanca es Dios y lo que yo sé”</p> <p>“Es mejor tener amigos que dinero”</p> <p>“Para mi era como faltar a la ética”</p>	<p><b>Música suspenso</b></p> <p><b>Audio entrevista</b></p>
<b>Cabezote</b>	<p>(fade in) música/narraciones</p> <p>Ellas al micrófono nace del querer indagar sobre rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas.</p> <p>Hablamos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempos</li> <li>- Producción</li> <li>- Noticias</li> <li>- Trayectorias</li> <li>- Medios</li> <li>- Experiencias</li> <li>- Estrategias</li> </ul> <p>Y mucho más.</p> <p>(fade out) música/narraciones</p>	<p><b>Música animada</b></p> <p><b>Voz Violeta</b></p> <p><b>Audio gol y pito</b></p>
<b>Violeta Mayorga</b>	<p>¡Hola! Somos Violeta Mayorga y Sara Cadavid y les damos la bienvenida a Ellas al micrófono</p> <p>Para este segundo encuentro tenemos como invitada a Ana Milena García. Comunicadora social y periodista deportiva ganadora del premio Farallones en 2015 a la mejor periodista deportiva en Cali, su pasión y su largo recorrido en este campo la han hecho destacarse en el medio, y hoy Ana Milena nos da la bienvenida a su vida profesional llena de retos, aprendizajes y logros.</p>	<p><b>Introducción</b></p> <p><b>Voz Violeta Mayorga</b></p>
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Cómo le das apertura a tu camino como	

	periodista deportiva?	
<b>Ana Milena García</b>	Inicie con un programa radial enfocado a las disciplinas deportivas no solamente al fútbol, era natación y las diferentes que hay aquí en Cali, son 48 ligas deportivas. Fue muy difícil. Yudi Lizalda era una de las pioneras en la ciudad y ella solo hacía fútbol (...) Eso no fue ningún obstáculo.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	y ¿Cómo describes tu proceso en el periodismo deportivo?	
<b>Ana Milena García</b>	No ha sido fácil, ha sido una carrera que muchachas yo les digo, no hay que tirar la toalla hay que seguir. Uno incluso tiene más apoyo de los hombres que de las mismas mujeres porque a mí me ha pasado (...)	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	Desde tu experiencia, ¿Cuál es el secreto para destacarse en el periodismo deportivo?	
<b>Ana Milena García</b>	Uno se destaca por lo que uno hace, hay que conocer del tema si no lo conoces prepararte. Conocer quién es el deportista (...) Ahí es donde uno tiene ventajas sobre el otro colega.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Cómo percibes tú a las nuevas generaciones de periodistas deportivas en el país?	
<b>Ana Milena García</b>	En los programas que he estado siempre he colaborado mucho con los jóvenes porque yo ya no soy muy joven, pero hay gente que ni respeta eso (...) Hay muchos jóvenes que les falta mucho en la profesión (...) Creo que eso no es así.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo le haces seguimiento a las noticias?	
<b>Ana Milena García</b>	Uno todos los días debe leer noticias, escuchar radio y yo por lo menos siempre trato de tener el calendario de las competencias, actividades que se van a hacer en el año en la parte deportiva de todas las disciplinas deportivas. Si hay un deportista destacado me gusta hacerle seguimiento.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Sara Cadavid</b>	y bueno ¿Cuál es tu estrategia para conseguir fuentes verificadas?	

<b>Ana Milena García</b>	Uno debe ir siempre a la fuente directa, lo otro es que tengo las fuentes reales como el deportista que voy a abordar y voy directamente donde él. Tengo amigos de programas, de noticieros en Bogotá, Acudo muchas veces a ellos porque generalmente tienen la noticia real y puedo confiar en ellos.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Sabemos que la pasión es fundamental en el periodismo deportivo, pero existe alguna otra pieza clave para sobresalir en el campo?	
<b>Ana Milena García</b>	Tenemos que aprender los idiomas, el inglés. Yo trabajé en el 2013 en los juegos mundiales y por ejemplo alguien te estaba hablando en inglés y mira que yo me defendía, yo he estudiado, aunque no entendía todo, algo entendía y pude sacar la noticia adelante.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Cómo son los tiempos de producción en un programa deportivo?	
<b>Ana Milena García</b>	Cuando se trabaja en un programa deportivo, muchos de los programas son enfocados en que pasó con el Cali o el América entonces hay que ir a los entrenamientos (...) El director te exige al medio día tener una nota y hay que tener la nota si no pues de que vas a hablar.	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	y en cuanto a los horarios laborales ¿Cómo te organizabas?	
<b>Ana Milena García</b>	Bueno, les cuento, en el noticiero que estuve en Todelar yo tenía que estar saliendo de la casa a las 4 am (...) y a las 5:30 am ya estaba allá porque a las 6 am empezaba. Después cuando me tocaba en el noticiero era al medio día (...)	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Te enfrentaste a alguna situación incómoda como periodista deportiva en algún medio?	
<b>Ana Milena García</b>	Tuve como 3 situaciones en mi vida que son muy duras. Es cuando estás en el noticiero y llega el director a darle duro a determinado escenario deportivo o determinada persona y uno ve que las cosas no son así y yo dije en un noticiero, consiga a otra persona porque yo no	<b>Entrevista Ana Milena García</b>

	sigo aquí (...) Yo con eso no voy.	
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo has vivido tú la llegada de la era digital al periodismo deportivo?	
<b>Ana Milena García</b>	Años atrás uno daba la noticia de lo que veía (...) No había esa inmediatez. Desde Yotoco tocaba antes mandar un cassette en una moto rapidísimo con la nota, ahora todo es más inmediato, con un WhatsApp, o hay formatos según el medio (...)	<b>Entrevista Ana Milena García</b>
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Ana Milena García en esta ocasión nos ha permitido conocer un poco más del periodismo deportivo en Colombia desde sus vivencias y aprendizajes en sus años de ejercicio profesional. Desde lo que nos contó podemos concluir que, si bien es un camino con altos y bajos, con retos por ser mujer y con una demanda evidente de constante actualización, es un camino que vale la pena, la alegría y el esfuerzo.	<b>Conclusión</b> <b>Música animada de fondo</b>
<b>Cierre Sara Cadavid</b>	Somos Sara Cadavid y Violeta Mayorga y te esperamos en nuestro próximo capítulo de Ellas al micrófono.	<b>Cierre</b> <b>Música animada de fondo</b>

### Guion episodio 3: Stephanía Montero Zapata

NARRADOR	TEXTO	AUDIO
<b>Entrada</b>	<p>“Yo siempre he dicho que el periodista nace”</p> <p>“Tenemos que salir de una zona de confort”</p> <p>“Es intimidante”</p> <p>“Yo estoy haciendo las cosas como las hacen los grandes”</p> <p>“Hay que tener como mucho callo”</p> <p>“Yo comienzo a darle a la prensa lo que yo sé que van a necesitar”</p>	<p><b>Música suspenso</b></p> <p><b>Audio entrevista</b></p>
<b>Cabezote</b>	<p>(fade in) música/narraciones</p> <p>Ellas al micrófono nace del querer indagar sobre rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas.</p> <p>Hablamos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempos</li> <li>- Producción</li> <li>- Noticias</li> <li>- Trayectorias</li> <li>- Medios</li> <li>- Experiencias</li> <li>- Estrategias</li> </ul> <p>Y mucho más.</p> <p>(fade out) música/narraciones</p>	<p><b>Música animada</b></p> <p><b>Voz Violeta</b></p> <p><b>Audio gol y pito</b></p>
<b>Sara Cadavid</b>	<p>¡Hola! Somos Violeta Mayorga y Sara Cadavid y les damos la bienvenida a Ellas al micrófono</p> <p>En el tercer episodio tuvimos la oportunidad de conversar con Stephanía Montero Zapata, caleña, apasionada por las comunicaciones y el deporte, con más de tres años de experiencia en el manejo de medios digitales y tradicionales en el área deportiva. Actualmente desempeña sus conocimientos como directora de mercadeo y comunicaciones de la Federación Colombiana de Natación. Y hoy nos abre las puertas de su vida laboral para conocer su trayectoria profesional</p>	<p><b>Introducción</b></p> <p><b>Voz Sara Cadavid</b></p>

	como periodista deportiva contemporánea aquí en Colombia.	
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo una mujer tan joven obtiene todos estos logros, cuál es el secreto?	
<b>Stephanía Montero</b>	Yo esa respuesta siempre la doy: la pasión, cuando haces cosas con amor y convencida de que eso es lo que a ti te gusta, la vida te premia... Pero las mujeres tenemos ese don...	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Sara Cadavid</b>	¿Cómo te la llevas con la prensa?	
<b>Stephanía Montero</b>	Mi relación con la prensa a nivel general es muy buena y hemos logrado ya no solamente con la prensa regional, sino a nivel nacional tener contactos...	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	Ya adentrándonos un poco más en la caracterización de rutinas periodísticas, ¿cuáles han sido los criterios para escoger qué noticia cubrir en las diferentes organizaciones en las que has trabajado?	
<b>Stephanía Montero</b>	Pues a ver es que son dos mundos totalmente diferentes... El fútbol es un deporte que tiene prensa todo el tiempo, entonces cualquier noticia... en América todo era noticia... Mientras que en la natación... Uno siempre mira qué es noticia, cuál es ese deportista que le va a dar al periodista el insumo para que me saque a mí...	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Y entre otras cosas ¿A qué tipo de fuentes acude una periodista deportiva?	
<b>Stephanía Montero</b>	Yo siento que las fuentes las puedes manejar de dos formas, una es la persona que se acerca a contarte cosas porque le interesa que se sepa y otra es la que tú averiguas...	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Sigamos hablando del trabajo ¿Cómo son los horarios de Stephanía Montero?	
<b>Stephanía Montero</b>	En América no había horarios, era 24/7, de lunes a lunes con el celular prendido por si el presidente te llama a las 11 de la noche... Tú no	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>

	eres deportista, pero comienzas a vivir la vida del deportista.	
<b>Violeta Mayorga</b>	Y bueno si recordar es vivir... ¿Cuál es el mejor recuerdo que te ha dado el periodismo deportivo?	
<b>Stephanía Montero</b>	Les voy a contar la historia que yo viví con clavados... Faltaba el último salto, Daniel iba de primero. Cuando salta Daniel, falta el canadiense, el entrenador dice “somos oro”. Oro para Colombia, un pelado de 19 años, ganándole a Estados Unidos, Canadá, Brasil... Colombia en la élite de clavados a nivel continental, yo les digo algo trabajar en deporte, como periodista tiene sus cosas maravillosas y es vivir este tipo de experiencias.	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	Hoy en día las redes sociales han tomado un papel fundamental para la labor periodística en general y las empresas, y como dice el dicho lo que no está en la internet, no existe... ¿Qué cambios has notado tú con el manejo de redes en las organizaciones en las que has trabajado?	
<b>Stephanía Montero</b>	En Sudamérica creo que Colombia es uno de los países que más quedado está, a pesar que ha despertado en el manejo de estos recursos, no le apuestan a esto ni invierten... Por lo menos en la federación he tenido el éxito que he tenido porque el gerente actual es joven, entiende de la importancia entonces me ha dado las herramientas y ha invertido mucho en esto... Pero todavía siento que en Colombia el mercado es demasiado virgen en todo lo que tiene que ver con las redes sociales.	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Y bueno en el tema económico ¿Cómo está la situación?, ¿Se ve reflejado el trabajo y esfuerzo como periodista deportiva en la remuneración?	
<b>Stephanía Montero</b>	Seguramente en este medio la remuneración económica de manera debida o de una forma que tú te mereces se demora en llegar, pero creo que con trabajo, con dedicación y disciplina creo que puedes conseguir cosas maravillosas en este medio.	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>

<b>Sara Cadavid</b>	Ahora hablando un poco de condiciones laborales, ¿de pronto existe algo que no compartas de las organizaciones en las que has trabajado?	
<b>Stephanía Montero</b>	Lo que menos comparto es que al final siento que Colombia puede tener un impacto a nivel deportivo, pero definitivamente los procesos no se cumplen, no se invierte debidamente en lo que tiene que ser y la falta de mercadeo... Todavía siento que el mercado en Colombia es demasiado virgen con todo lo que tiene que ver con las redes sociales.	<b>Entrevista Stephanía Montero</b>
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Nos sumergimos en el mundo laboral e historia de vida de Stephanía Montero, de lo que nos cuenta podemos reconocer que al deporte en Colombia le hace falta inversión, que las redes sociales son un campo pendiente por explorar y que el periodismo deportivo no da espera y requiere de mucha dedicación y entrega.	<b>Conclusión</b> <b>Música animada de fondo</b>
<b>Cierre</b>	Somos Sara Cadavid y Violeta Mayorga y te esperamos en nuestro próximo capítulo de Ellas al micrófono.	<b>Cierre</b> <b>Música animada de fondo</b>



**Guion episodio 4: Laura Camila Hernández Arias**

<b>NARRADOR</b>	<b>TEXTO</b>	<b>AUDIO</b>
<b>Entrada</b>	<p>“Yo creía que la vida laboral era muy bacana”</p> <p>“Eso es de ya para ya”</p> <p>“Yo no puedo creer que yo esté haciendo lo que a mí me gusta”</p> <p>“Usted no importa cuánto sepa en un medio”</p> <p>“Son como unas pirañas”</p> <p>“Bueno yo me quejo, pero yo que estoy haciendo”</p>	<p><b>Música de suspenso</b></p> <p><b>Audio entrevista</b></p>
<b>Cabezote</b>	<p>(fade in) música/narraciones</p> <p>Ellas al micrófono nace del querer indagar sobre rutinas periodísticas de cuatro periodistas deportivas colombianas de diferentes épocas.</p> <p>Hablamos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempos</li> <li>- Producción</li> <li>- Noticias</li> <li>- Trayectorias</li> <li>- Medios</li> <li>- Experiencias</li> <li>- Estrategias</li> </ul> <p>Y mucho más.</p> <p>(fade out) música/narraciones</p>	<p><b>Música animada</b></p> <p><b>Voz Violeta</b></p> <p><b>Audio gol y pito</b></p>
<b>Violeta Mayorga</b>	<p>¡Hola! Somos Violeta Mayorga y Sara Cadavid y les damos la bienvenida a Ellas al micrófono</p> <p>En este último encuentro tenemos con nosotras a Laura Camila Hernández Arias, una profesional apasionada por su trabajo, Comunicadora Social y Periodista de la FM de RCN en Ibagué que impregna un sello diferencial a la hora de realizar sus labores comunicativas. Se desempeñó laboralmente en Indeportes con la gobernación del Tolima. Es disciplinada y está a punto de culminar su especialización en</p>	<p><b>Introducción</b></p>

	periodismo deportivo. Y gracias a su desempeño es hoy nuestra invitada para conocer de las rutinas periodísticas desde la mirada joven de una periodista de (...) años.	
<b>Cortinilla</b>	-	<b>Música</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Para romper el hielo... ¿En qué momento dijiste tú, lo mío es el periodismo deportivo?	
<b>Laura Hernández</b>	Desde muy pequeña digamos mi familia siempre ha sido como deportista, entonces yo me fui por esa rama, me encamine, practique algunos años microfútbol, fútbol femenino y siempre fue el sueño de ser deportista, de ser atleta de alto rendimiento... Yo creía que como yo no había podido jugar fútbol, yo me iba a encargar de ser la periodista pero de fútbol...	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	¿Cómo cambia la perspectiva futbolística, cómo llegan los nuevos enfoques a tu carrera?	
<b>Laura Hernández</b>	Entre a estudiar y el enfoque de la universidad, como es pública, es muy social y muy incluyente, entonces cambiaron totalmente el foco de lo que yo estaba haciendo del periodismo deportivo, empecé a interesarme más en la comunidad y en qué podía transmitir desde la comunicación y el periodismo investigativo...	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Sara Cadavid</b>	Y Laura cuéntanos ¿cómo era la dinámica de trabajo en un ente público como Indeportes, qué tenías que hacer específicamente?	
<b>Laura Hernández</b>	Era muy sencillo porque el enfoque obviamente es muy institucional, y siempre todas las notas tenían que ir enfocadas, hacia el gobierno departamental, entonces por ejemplo no se lo pedían directamente, pero tenían que escribir de esa manera... Hacíamos videos, escribíamos, teníamos un programa de radio...	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	Pero bueno, una vez instalada en Indeportes, ¿cómo es el ambiente laboral ahí?	
<b>Laura Hernández</b>	Cuando uno es nuevo no es fácil porque te buscan el pero. Acá la vieja guardia son muy	<b>Entrevista Laura Hernández</b>

	<p>reacios con los jóvenes, son ariscos al tema de las juventudes, pero lo que siempre he dicho es ir paso a paso... a mí me criticaban por ir a trabajar en tennis, porque me iba en tacones porque iba con el cabello recogido o suelto, por todo, pero prefiero que me critiquen por eso y no por mi trabajo.</p>	
<b>Sara Cadavid</b>	<p>Y tú ¿cómo consideras que ha evolucionado tu destreza para hacer noticias?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>Yo era muy académica con el qué, cómo, cuándo, dónde... Pero con el tiempo me di cuenta que la comunicación tiene mucha fuerza y que uno como profesional tiene que aprender los diferentes mecanismo desde la parte periodística, llegar a eso, a conocer la terminología, dar un poquito más.</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	<p>Nos gustaría saber ¿cómo eran los tiempos de producción en Indeportes Tolima, nos puedes contar sobre esto?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>No eso era de ya para ya. A mí me decían Laura vea necesito que se vaya para el parque tal y entrevistaste a tal persona y lo publicas ya en redes.</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Sara Cadavid</b>	<p>Y en medio de toda esa inmediatez, ¿cómo eran los horarios laborales?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>En Indeportes era lo que marcaba, de domingo a domingo sin horario, había que seguir de largo.</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Violeta Mayorga</b>	<p>¿Cómo era el tema de las redes sociales? ¿Se les sacaba provecho o definitivamente no?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>No importaba, o sea al jefe no le importaban las redes, el Instagram entonces más fotos, mucho más visual... él lo que quería era que saliera algo y ya.</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Sara Cadavid</b>	<p>Bueno ya poniéndonos un poco sinceras, ¿qué aspectos no compartías de esa organización en la que trabajaste?, ¿qué cosas que tú dijeras definitivamente no aquí no es?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>A mí me da mucha tristeza hablar de esto, pero es la realidad. Mire a un medio no le importa</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>

	<p>cuánto sepa usted de esto y más en un ente público, importa que usted venda y eso es frustrante, eso duele.</p> <p>Que sí me ofrecieron contratos por algo a cambio corporalmente si me lo ofrecieron, pero eso va en el carácter de uno, yo nunca acepte por eso ya no estoy trabajando ahí.</p> <p>No me gustaba que me dijeran qué era lo que tenía que escribir... Pero nunca se vio vulnerada mi ética.</p>	
<b>Violeta Mayorga</b>	<p>Aunque bueno me imagino yo que también te dejó buenas experiencias ¿cuál es ese recuerdo, ese momento, que Indeportes te permitió vivir y disfrutar estando ahí, trabajando con ellos?</p>	
<b>Laura Hernández</b>	<p>Yo viajé con la delegación de la selección Tolima y es llegar con la indumentaria del deportista y tomar las fotos de un triunfo, entrevistar a los ganadores era una alegría muy grande. Esos torneos son mucha alegría, ha sido la mejor experiencia.</p>	<b>Entrevista Laura Hernández</b>
<b>Conclusión</b>	<p>Laura Hernández nos abre las puertas de un campo laboral que enseña, pero a la vez te reta, una profesión con desigualdades e injusticias donde el acoso puede aparecer, pero como ella misma lo expresa hay que aprender a darle manejo. Una profesión que no da espera en tiempos de producción, donde la inmediatez es constante, pero a su vez la pasión y el amor son el motor principal para hacer de esta profesión un estilo de vida en una joven soñadora y capacitada que nos demuestra que no hay imposibles cuando se tiene una meta clara.</p>	<b>Música animada de fondo</b>
<b>Cierre</b>	<p>Somos Sara Cadavid y Violeta Mayorga y esto fue Ellas al micrófono</p>	<b>Música animada de fondo</b>

### 12.3. Formato de consentimiento informado



#### **Consentimiento Informado para Participantes de Investigación: Trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas a partir de sus rutinas periodísticas.**

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Sara Cadavid Hoyos y Violeta Mayorga Ramírez, estudiantes de Comunicación la Pontificia Universidad Javeriana Cali. La meta de este estudio es desde el concepto de rutinas periodísticas, describir las trayectorias profesionales de cuatro periodistas deportivas colombianas en diferentes épocas a través de un reportaje sonoro en formato podcast.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 60 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista será el material de insumo para la realización de un podcast.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderla.

Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Sara Cadavid Hoyos y Violeta Mayorga Ramírez. He sido informado (a) de la meta de este estudio. Me han indicado también que tendré que responder preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 60 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación se utilizará en el ámbito estrictamente académico y no será usado para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Sara Cadavid o Violeta Mayorga a los teléfonos 3188797841 - 3117205147

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a los teléfonos anteriormente mencionados.

-----  
Nombre del Participante

-----  
Firma del Participante

-----  
Fecha