

**EL IMAGINARIO SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN DE LA FUNLAM Y EL POLITECNICO JAIME ISAZA CADAVID
SOBRE LAS PERIODISTAS DEPORTIVAS COLOMBIANAS**

LAURA BERRÍO VÉLEZ

ANA MARÍA CASTAÑO RODRÍGUEZ

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ
ETNOGRAFÍA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

MEDELLÍN

2015

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: El imaginario social de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y el Politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

Línea de Investigación: La línea de investigación es comunicación- educación y a la sublínea de investigación de comunicación, educación y medios

Facultad: la facultad de comunicación y publicidad de la Fundación Universitaria Luis Amigó

Programa Académico: Comunicación social

ESTUDIANTE O ESTUDIANTES QUE PRESENTAN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Nombres y apellidos	Dirección electrónica Dirección de Facebook	Teléfonos
Ana María Castaño	anamariacr8@gmail.com	3113645844
Laura Berrío Vélez	lauraberriovelez@hotmail.com	3216502691

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

El periodismo deportivo es uno de los oficios más difíciles que puede realizar una mujer, por el imaginario social que se tiene de ser una profesión donde solo tienen oportunidad los hombres. Sido una constante en los medios de comunicación; los que brindan la información deportiva son hombres, teniendo una larga trayectoria.

A pesar del protagonismo que existe dentro del periodismo deportivo para los hombres, en los últimos años las mujeres han logrado posicionarse en los diferentes programas de deporte que existen en Colombia como en el extranjero, a causa de esto ha surgido la necesidad de identificar el imaginario social de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

Para esto queremos establecer las barreras que ellas tienen para lograr ser periodistas deportivas, y todas las problemáticas que pueden pasar para llegar a ejercer esta profesión

formalmente sin ningún tipo de discriminación por el hecho de ser mujer, lo que se pretende es describir los imaginarios sociales y el comportamiento de las periodistas deportivas.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

1. ANTECEDENTES TEÓRICOS, PRÁCTICOS E INVESTIGATIVOS	4
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
2.1 JUSTIFICACIÓN	6
2.1.22 Formulación de la pregunta del problema	6
2.3 Delimitación temática	7
2.3.1 Grupo	7
2.3.2 Tiempo	7
2.3.3 Escenario	7
2.4 Objetivos	7
2.4.1 Objetivo general	7
2.4.2 Objetivos específicos	8
3 MARCO TEÓRICO	9
3.1.1 Comunicación	10
3.1.2 Teoría de los usos y gratificaciones	11
3.2 Periodismo	11
3.2.1 Periodismo deportivo	12
3.2.2 Mujer en el periodismo deportivo	15
3.3 Imaginario social	17
4. DISEÑO METODOLÓGICO	21
4.1 Paradigma y enfoque de investigación	21
4.1.1 Diseño preliminar de la Investigación	21
4.2 Técnicas de Generación y Recolección de Información	23
4.2.1 Observación no participante	23
4.2.3 Cuestionario escala Likert	23
4.3 Técnicas de generación y recolección de información	24
4.3.1 BATERIA DE PREGUNTAS A UNA PERIODISTA DEPORTIVA	24
1. ¿Cuál es su función en el programa deportivo?	24
2. ¿Cuál ha sido su trayectoria en el periodismo deportivo?	24

4.3.2 Ficha de observación no participante	25
4.3.3 Cuestionario escala likert	26
5. TRABAJO DE CAMPO	28
5.1 Informe bitácora	28
5.2 VERSIÓN FINAL DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	31
Cuestionario escala Likert, instrumento aplicado	37
5.3 TABULACIÓN INICIAL DE DATOS CUANTITATIVOS	40
5.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	41
6. BIBLIOGRAFÍA	42

1. ANTECEDENTES TEÓRICOS, PRÁCTICOS E INVESTIGATIVOS

El periodismo deportivo ha sido un tema de gran interés a la hora de investigar dentro de las universidades, ya es recurrente leer trabajos de grado que incluyan a mujeres en el periodismo deportivo, por ejemplo Clara Sainz realizó una investigación que concluyo en el año 2010 que tituló **Mujeres y deporte en los medios de comunicación.**

En esta investigación doctoral ella expone que los medios de comunicación constantemente envían cantidades de mensajes a sus espectadores, en el caso de la mujer tiene diferentes percepciones que notan los televidentes, cuando una periodista está saliendo por televisión o es escuchada en una emisora la gente percibe muchos aspectos sobre ella, la tesis llamada la mujer y deporte en los medios de comunicación, de la universidad de Carlos III de Madrid, realizada por Clara Sainz de Baranda Andújar, cuenta como la manera en que es vista la mujer en los medios de comunicación.

En el texto, se dice que los medios reflejan la realidad pero que a menudo es muy subjetiva donde solo reflejan un porcentaje de las cosas, sostiene que las noticias en particular y los medios de comunicación en general construyen una versión de la realidad pero que sirve para legitimar el momento actual de las cosas.

El autor se basa en los estudios que hicieron diferentes personajes nombrados en esta tesis, los cuales buscaban la manera de como veían a la mujer en los medios de comunicación, donde se notaba, que esta no se destacaba en campos como la producción o el diseño de los programas, sino principalmente de presentadora, Clara Sainz además de decir esto, nos cuenta que la mujer tiene muy pocas oportunidades de pertenecer a grandes cargos, en los cuales se toman las decisiones importantes, siempre ocupando cargos secundarios, donde solo cumplirá ordenes de sus jefes.

Otro tema que se habla es que siempre en el periodismo, en cualquier tipo, siempre va a ver más porcentaje de hombres que el de mujeres, Sainz dice que la

única manera de ver un programa donde se encuentren muchas mujeres, tiene que ser en uno que tenga que ver con el entretenimiento, en los políticos o deportivos, el sexo masculino sigue liderando el personal en un canal o periódico.

Las mujeres tienen un tipo de edad para estar en los medios, las que son ya mayores de los 30 años son dejadas atrás y constantemente son cambiadas por jóvenes de 20 a 25 años, esto no sucede con los hombres, los cuales, periodistas muy adulto y siguen transmitiendo las noticias, entonces se puede ver que es una desigualdad y un punto en contra como lo es la edad en la mujer.

Finalmente se puede ver que la mujer para muchas personas tienen diferentes percepciones, mencionamos varias, pero la que siempre se va hablar es la que muchas de ellas son vistas como un objeto sexual, las cuales no están por su conocimiento si no por la imagen o prototipo que le vende a los televidentes.

Otra investigación realizada con la temática de mujeres en el periodismo deportivo es la realizada en la universidad de la sabana por un grupo de investigadores denominada **Mujeres periodistas en busca de un espacio para la igualdad.**

En este se tenía como objetivo era comprobar si existe discriminación hacia la mujer periodista dentro de los medios de comunicación colombianos. Para ellos se realizó una extensa investigación que se complementó con la realización de encuestas y entrevistas a hombres y mujeres periodistas y al público en general.

Sin embargo; se encuentra un vacío académico al preguntarse por la percepción de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación, se realizará por el crecimiento y popularidad que ha tenido el periodismo deportivo en las últimas décadas. Los deportes y los medios de comunicación son importantes en la vida cotidiana de las personas, y esto ha tenido mucho reconocimiento y avance, sin embargo; ha tenido ciertas fallas, una de ellas es el papel que se tiene sometida a las mujeres que quieran ejercer esta profesión.

Entonces la investigación nombrada el imaginario social de los estudiantes de comunicación social de octavo semestre de la Funlam y del politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas. Pretende resolver el por qué la mujer es tratada de manera diferente en el ámbito deportivo solo por ser mujer.

Sin perder el enfoque del papel que tiene las mujeres que están ejerciendo el periodismo deportivo, puesto que en una previa observación se analizó que no cumplen un papel fundamental en los programas existentes, si no que están para entretener o de adorno, si poder compartir sus conocimientos, por esta razón es que se presenta el proyecto de investigación, desde la línea de investigación comunicación educación y medios.

2.122 Formulación de la pregunta del problema

El periodismo deportivo tiene un alto contenido emocional, especialmente si el deporte del que se está informando es el fútbol.

Posterior a un análisis de contenido de los programas deportivos colombianos se observó la poca participación de las periodistas, donde las mujeres participantes realizan labores de mercadeo y no comentan ningún deporte.

Por lo anterior surgió la siguiente pregunta ¿Cómo ven la participación de las periodistas deportivas colombianas los estudiantes de comunicación social de octavo semestre de la FUNLAM y del politécnico Jaime Isaza Cadavid?

¿Cómo ven la participación de las periodistas deportivas colombianas los estudiantes de comunicación social de octavo semestre de la FUNLAM y del politécnico Jaime Isaza Cadavid?

2.3 Delimitación temática

2.3.1 Grupo

Estudiantes de comunicación social de la Funlam y del politécnico Jaime Isaza Cadavid que les agrade el deporte.

2.3.2 Tiempo

Esta investigación se aplicará en los años 2015 y 2016.

2.3.3 Escenario

Programas deportivos de televisión, con participación femenina.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

- Develar el imaginario social que tienen los estudiantes de comunicación social de la FUNLAM y del politécnico Jaime Isaza Cadavid, sobre las periodistas deportivas colombianas.

2.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los imaginarios sociales que tienen los estudiantes de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.
- Analizar los imaginarios sociales que tienen los estudiantes de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.
- Categorizar los imaginarios sociales que tienen los estudiantes de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

3 MARCO TEÓRICO

Este proyecto de investigación se basa en la teoría de Edgar Morín llamada teoría del imaginario colectivo, donde se desarrolla este concepto y se describe el conjunto de mitos, formas, símbolos, tipos, motivos o figuras que existen en una sociedad en un momento dado. Esto quiere decir que el imaginario social es la mente colectiva; lo que se piensa frente a algún tema o problema que se presenta y se alimentada por las proyecciones de los medios.

Lo anterior pasa con el imaginario social que se tiene de la mujer, el deporte y el periodismo deportivo; siempre se ha visto al género femenino débil, dedicado a las labores domésticas y con poco entendimientos por los deportes. Generando poca confianza a los espectadores. Y como dice Marín¹ En el siglo XX en las sociedades occidentales la delgadez empezó a parecer como signo ideal en los cuerpos sobre todo femeninos, los cuerpos dejan de tener el sentido natural e innato y pasan a tener el sentido de apariencias, de cuerpos que se pueden conseguir. Con el desarrollo del modelaje, el cine y la televisión la belleza se convierte en signo y recurso importante para conseguir el éxito, la fama y la aceptación. Esta cita hace referencia a la vinculación de la mujer y el erotismo impuesto por los medios, algo similar pasa con el deporte; directamente relacionado con la masculinidad.

Con la teoría de Morín se infiere que los medios crean las necesidades de cambiar los imaginarios, siendo los alimentadores de los imaginarios sociales para la cultura, en el caso de esta investigación se profundizará en los imaginarios que tienen los espectadores sobre las apariciones que hacen las mujeres periodistas en los programas deportivos. Analizando el poco protagonismo como una construcción de la historia de Colombia donde existen profesiones y oficios que

¹ MORIN, Edgar. Las Stars: Servidumbres y Mitos. Dopesa. Barcelona. 1972

han excluido a las mujeres, como el periodismo deportivo, logrando que la sociedad dude de las capacidades femeninas en el ámbito deportivo.

3.1.1 Comunicación

La palabra comunicación tiene muchas connotaciones. Este trabajo de grado se va a elaborar teniendo como premisa que comunicación es el conjunto de los procesos físicos y psicológicos mediante los cuales se efectúa la operación de relacionar a una o varias personas; emisor, emisores con una o varias personas receptor, receptores, con el objeto de alcanzar determinados objetivos², esta definición se relaciona a la investigación el imaginario social de los universitarios sobre las mujeres periodistas deportivas, porque la comunicación es la Transmisión de información, ideas, emociones, conocimientos, mediante el uso de símbolos: palabras, imágenes, iconos, gráficos. Y para este caso las mujeres periodistas representan el simbolismo que se efectúa a través del deporte siendo emisor, y quienes lo reciben y construyen el imaginario son receptores- audiencia. El acto o proceso de transmisión que usualmente se denomina comunicación, se acerca más al tema de investigación por que el receptor es tomado en cuenta teniendo una retroalimentación del mensaje, este proceso investigativo se centra en el receptor porque son quienes interpretan los mensajes que envían las periodistas deportivas y a través de este se construye el imaginario social; por la interpretación de símbolos, palabras e imágenes tal y como lo define la teoría social fenomenológica de Schütz; la comunicación es la ciencia de los fenómenos de la intersubjetividad mundana, por lo que un análisis de las estructuras del mundo de la vida puede interpretarse como una sociología general de la vida cotidiana³ y si en la vida cotidiana existe un imaginario despectivo y poco influyente para con las mujeres este se va a ver reflejado en este estudio.

² Ongallo, Carlos. Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Segunda edición (2007), consultado 4 de septiembre de 2015. Disponible en <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>

³ Grathoff, 1989: 107, en Estrada, 2000: 112

3.1.2 Teoría de los usos y gratificaciones

Mucho se ha estudiado acerca del efecto que tienen los medios de comunicación en las personas, pero; esta investigación apunta a qué hacen las personas con los medios de comunicación. No es de efectos, es de reacción. Precisamente por el anterior contenido se va a tener como centro “la teoría de los usos y gratificaciones que se interesa por las satisfacciones de los usuarios”,⁴ determinando cómo usa el receptor los contenidos emitidos por el medio; en este caso el televisivo para adecuarlos a su estilo de vida. Porque la audiencia es crítica y tiene la responsabilidad de tener posición frente a los contenidos y personajes, pero según su cotidianidad se vivencian los contenidos y emisores.

Esta es una teoría que hace que el receptor interprete y por medio de esa interpretación se construyen los símbolos culturales y a su vez el imaginario sociales.

3.2 Periodismo

El periodismo se dio a las diferentes guerras y la necesidad de la gente por enterarse de lo que estaba pasando en los diferentes rincones del mundo, después con la llegada de la imprenta, hasta llegar a la era digital del día de hoy.⁵ En términos generales, el periodismo es el oficio que tiene como fin la búsqueda exhaustiva y la producción de noticias que informen a la sociedad sobre su contexto inmediato. El periodismo se materializa en cápsulas informativa (noticias, crónicas, reportajes, entrevistas, infografías) que buscan sintetizar un momento o un evento específico. Desde comienzos del siglo XX, el periodismo se convirtió en la profesión que asumía, como misión de carácter público, la labor de mantener informados a todos los sectores de la sociedad sobre los acontecimientos que están sucediendo a su alrededor, y que involucran denuncias y problemas fundamentales.

⁴ Mattelart, Armand. Mattelart, Michele. Historia de las teorías de la comunicación. Edición Paidós Ibérica S.A, 1997. 1443 pg. ISBN 84-493-0344-3 (pg 102-103)

⁵ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/periodismo.htm>

Según la definición anterior el periodismo es un oficio complicado para las personas que lo estén ejerciendo, donde busca resaltar un hecho importante en la historia de la humanidad, para así tener informado a todo público, pero existen muchas clases de periodismos se encuentra el informativo, investigativo y por ultimo periodismo deportivo, este último tendrá mucha importancia en esta investigación y del cual a continuación se dará un significado.

Un periodista es una persona que debe tener un alto conocimiento de lo que está hablando, para poder transmitirlo a las audiencias, porque las personas no pueden hablar de lo que no saben, entonces debe investigar siempre se debe estar alerta y prestar atención a nuestro entorno, ver, escuchar y analizar la información en búsqueda hechos actuales de interés general, esto es lo que enseñan en los manuales de periodismo en todas sus categorías, en especial el periodista deportivo. Según el libro del periodista John Jaime Osorio “⁶el periodista deportivo tiene un poco de todo: vocación, oficio y profesión; y debe tenerlo, porque el periodista deportivo debe ser una persona con mística especial su actividad se lo exige” entonces según esta definición se debe tener en cuenta que la mujer puede tener la capacidad de cumplir con estos requisitos.

3.2.1 Periodismo deportivo

Primero se tomara en cuenta un artículo que defina lo que es el periodismo deportivo, en el texto de la revista razón y palabra se publicó un artículo llamado “Una mirada global del periodismo deportivo” por el periodista Enrique Adolfo López donde habla de las diferentes miradas que tiene el deporte en tres países muy influyentes en el deporte como los son Estados Unidos, Alemania y Argentina.⁷ He querido exponer algunos casos que a mi juicio ilustran lo compleja y global que puede ser la materia a la que se enfrenta quien investiga temas

⁶ CORREA, OSORIO. Amado, Jhon. Periodismo deportivo: entre líneas, voces e imágenes, Medellín, 2012.232pag

⁷ GIMEO, LOPEZ. Ricardo, Luis. La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española. Madrid, 2007, 134h. Trabajo de grado (comunicador social). Universidad EU San Pablo. Facultad de ciencias humanas.

deportivos. También he intentado demostrar la interconectividad, que a menudo se da en un plano estrictamente intelectual, entre el deporte y otras actividades humanas.

En un país como Colombia, futbolero desde siempre, el periodismo deportivo surgió gracias a la llegada del deporte principalmente del fútbol, como lo es hasta ahora, pero algo que hizo que los periodistas se interesaran en este tema deportivo fue cuando un equipo de atletas colombianos viajan a los Juegos Olímpicos de Berlín en el año de 1936, a causa de esto el deporte fue tomando más importancia, hasta convertirse lo que es ahora.

Después de eso surge el periodismo deportivo, uno de los periodismos más difícil de hacer porque para mucho es considerado como que ⁸solo entretiene, divierte y no forma el criterio, alimenta la emoción con contenidos banales con productos de escasa calidad

A causa de esto tiene muchos contradictores como muchos fanáticos, pero es una de las sesiones que más espectadores puede tener, esto puede ser a causa de todas las pasiones que puede causar un deporte principalmente se puede hablar del fútbol, el deporte más reconocido mundialmente y el primordial en un país como Colombia.⁹

Las responsabilidades del periodista deportivo son muchas. Son las mismas de cualquier periodista de cualquier campo o profesión. Eso se pone a prueba en los casos de coyuntura social que presentan en el deporte, en casos como el fútbol.

En estas anteriores definiciones se puede ver, que es un campo que merece mucho respeto, y es igual de importante a la otra clase de periodismo, este necesita mucha objetividad porque se puede caer en la trampa de hacer periodismo no con la razón si no con el corazón.

⁸ MEDINA, Federico. Comunicación, deporte y ciudad, Medellín, 2005. 194p

⁹ CORREA, OSORIO. Amado, Jhon. Periodismo deportivo: entre líneas, voces e imágenes, Medellín, 2012. 232pag

aunque cabe resaltar que el periodismo deportivo ha tenido en los últimos años muy pocos programas con énfasis en los deportes, solamente están las sesiones de las noticias que duran alrededor de una hora; en la tesis de la universidad javeriana titulada qué ha pasado en las dos últimas décadas, para el periodista deportivo, Rafael Cifuentes,¹⁰ “Está llegando a un cambio, una revolución del periodismo, ahora tienes que ser mucho más fresco y ágil, los periodistas jóvenes ya hemos tenido la oportunidad de romper algunos paradigmas de la profesión, creo que la tecnología nos ha ayudado mucho, por ejemplo, Internet, los nuevos canales y medios están dando al periodismo deportivo una posibilidad para expandirse en Colombia”,

Además se debe tener en cuenta que el periodismo deportivo es uno de los temas más apetecidos para las personas, el periodismo deportivo ha tenido un cambio grande y positivo, en el texto Periodismo deportivo qué ha pasado en las dos últimas décadas el autor destaca que en la actualidad el periodista deportivo se ha convertido en uno de los más seguidos de la información periodística especializada. Su influencia sobre los receptores es inmensa, las nuevas generaciones se deben preparar de manera adecuada porque cada que pasa el tiempo este campo toma más fuerza en el gusto de las personas.¹¹

Como todos sabemos el periodismo deportivo se ha establecido en la agenda de información de los medios de comunicación nacionales y regionales, y este tipo de noticias son consumidas y apetecidas por una gran cantidad de personas en Colombia y el mundo, por ello sus periodistas tienen el poder de dar las herramientas para que las personas generen su propia opinión.

¹⁰ TORRES, Nicolas, Bogotá, 2010, 53pag. Comunicador social y periodista. Universidad javeriana. Facultad de comunicación y periodismo

¹¹ TORRES, Nicolás. Periodismo deportivo qué ha pasado en las dos últimas décadas. Bogotá, 2010, 67h. Trabajo de grado (Comunicador social). Pontificia Universidad Javeriana. Facultad De Comunicación y Lenguaje

3.2.2 Mujer en el periodismo deportivo

Se empezará a hablar sobre artículos de la mujer y el periodismo deportivo, en la tesis llamada “La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual” donde se comenta la importancia que ha tomado este tipo de periodismo en las últimas décadas y con él la problemática que se ha venido dando con las mujeres que quieren trabajar en este campo¹²

Aunque aún, para que una mujer se convierta en la directora de un periódico sigue siendo noticia. Y se insiste que durante mucho tiempo la mujer en el periodismo ha estado restringida al ámbito de la sección femenina de una publicación, las cuales trataban y tratan hoy en día, desde problemas mundiales hasta como vestirse o maquillarse a la moda.

En esta tesis el autor plantea que la mujer en todo lo que se sabe de la historia, ha sido excluida, sin tener en cuenta sus ideas o pensamientos, asignándoles funciones como amas de casas, buenas esposas y madres, se resalta que en Latinoamérica la mujer siempre ha tenido un papel secundario, despreciando sus capacidades que son iguales a las de los hombres.

Por otra parte otra tesis realizada por la universidad de Carlos de España, llamada Mujeres y deporte en los medios de comunicación, es uno de los textos más completos que se puede encontrar de este tema, porque hablan sobre la manera de cómo ven a la mujer en los medios de comunicación, donde se notaba que esta no se destacaba en campos como la producción o el diseño, sino principalmente de presentadora de entretenimiento.¹³

Todos los estudios ponen de manifiesto la escasa incidencia que el género femenino tiene en cuanto a la producción de contenidos o el diseño, desarrollo y

¹² MORENO, José. La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual. Ecuador, 2010, 92h. Trabajo de Grado (Licenciado en Comunicación social). Universidad Técnica de Cotopaxi. Unidad académica de ciencias administrativas y humanísticas.

¹³ SAINZ, Clara. Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española. Madrid, 2010, 482h. Trabajo de grado (comunicador social y periodista). Universidad Carlos III. Departamento de periodismo y comunicación social.

producción de la programación y puesta en marcha de la misma. Tal y como establecieron Tuchman (1983) y Gallagher (1983 y 1987), la mujer como periodista tenía menos oportunidades de formar parte de la estructura jerárquica de los medios de comunicación, al encontrarse éstos dominados por hombres.

La mujer a lo largo de la historia ha tenido una imagen insignificante en la sociedad así lo afirma Beauvoir: “Dedicada a la procreación y a tareas secundarias, despojada de su importancia práctica y de su prestigio místico, la mujer solo aparece como una sirvienta”.¹⁴ Este género ha ganado derechos de igualdad a lo largo de los años, sin embargo; en el periodismo deportivo aún se mantiene una brecha entre hombres y mujeres, por el machismo que se vive en los deportes, señalando cuales pueden ser practicarlos y pueden comentar.¹⁵ Tanto así que la primera mujer que comentó fútbol en Colombia fue Judy Lizalda en el año 1994.

La relación de la mujer con el deporte se debe pensar a partir del siglo XX, en las que las competencias deportivas eran por prestigio y hombría, prácticas exclusivas para “machos”¹⁶

3.3 Imaginario social

Es la construcción de símbolos culturales aportados desde el cine, la publicidad, la religión. Caracteriza las sociedades según sus costumbres.

¹⁴ Beauvoir, S. (1970). El segundo sexo. Los hechos y los mitos. Buenos Aires: Siglo XX

¹⁵ COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD, Facultad. Revista el trote. Vol 4 (2012) pg 4

¹⁶ IBID, pg 7

Según la revista La Ciudad Futura el imaginario social es la tierra natural de las ideologías teóricas y prácticas. Su función consiste en operar en el fondo común y universal de los símbolos, seleccionando los más eficaces y apropiados a las circunstancias de cada sociedad para que el poder circule y avance¹⁷. El imaginario social interpreta a las emociones, a la voluntad y a los sentimientos.

Para autores como Castordadis La idea del imaginario social instituyente parece difícil de aceptar¹⁸. Debido a que es un término intangible del que todos tienen idea, pero que difícilmente se puede explicar su procedencia, abstrayéndola de la imaginación.

La abstracción cultural depende de las prioridades personales y sociales, crean un código de relevancia y se percibe con los conocimientos previos y dependiendo de estos se construyen nuevas creencias. Por lo anterior es que cada sistema social tiene diferentes imaginarios sociales, por no tener una única realidad por el proceso evolutivo constante.

El pensamiento colectivo divulgado de generación en generación, el machismo, el racismo, el deporte, la belleza son construcciones e invenciones del imaginario social, que difícilmente se pueden cambiar porque implica discontinuidades radicales que no pueden ser explicadas en término de causas deterministas o presentadas como una secuencia de acontecimientos. Es decir que el pensamiento y las creencias están vinculadas con la causa y el efecto; o sea, que lo que la creencia que se tendrá en el futuro depende de lo que se tenga como creencia hoy.

Estos imaginarios también están inmersos en el periodismo deportivo, especialmente con la mujer y la vinculación a la ignorancia frente a este tema. En los siguientes bloques temáticos se explicará con mayor profundidad.

3.4 PERFILES DE PERIODISTAS DEPORTIVAS

¹⁷ MARI, Enrique. El poder y el imaginario social. En: La ciudad futura. Vol 11 (junio 1988)

¹⁸ CASTORIADIS, Cornelius. El Imaginario Social Instituyente. 1987. 9 pg

3.4.1 Andrea María Guerrero Quintero.

Nombre: Andrea Maria Guerrero Quintero

Edad: 32 años

Lugar de nacimiento: Cúcuta, 8 de diciembre de 1983

Cargo actual: Presentadora y Periodista de Noticias

Experiencia: 10 años

Graduada de la universidad Javeriana de Bogotá

Comenzó haciendo la sección deportiva en La FM con Claudia Gurisatti, después RCN Radio le dio la oportunidad de montar un programa de mujeres por Antena 2, Fanáticas por el Fútbol. El programa duró 2 años, de lunes a viernes a nivel nacional. Al mismo tiempo hacía la sección deportiva de El Mañanero de La Mega. A los 3 meses hizo un casting para Futbolmanía y la escogieron. El primer partido que cubrió fue el clásico a puerta cerrada Santa Fe – Millonarios. En mayo de 2006 dejó radio de planta y comenzó como periodista en Noticias RCN. Luego ingresó a la mesa de trabajo de Planeta Fútbol, pero cuando comenzó a presentar en enero el noticiero de las 7 de la mañana le tocó dejar la radio por completo.

3.4.2 Liliana Salazar

Nombre: Liliana Salazar

Lugar de nacimiento: Pereira

Cargo Actual: Presentadora de Win Sport

Liliana Salazar se ha ganado un lugar importante dentro del periodismo deportivo. Si bien algunas mujeres habían incursionado en este campo, fue ella la primera cara femenina en generar recordación, después de aparecer frente a las pantallas de televisión presentando una sección deportiva, labor en la que se sigue desempeñando hasta hoy.

Esta pereirana no solo se ha ganado el respeto y la credibilidad por su trayectoria en los

medios de comunicación, sino por su frescura, carisma y don de gentes.

Trabajó en la sección deportiva del periódico EL TIEMPO cubriendo ciclismo; en 'Antena 2', de 'RCN Radio', y ya estando en 'RCN Televisión' no solo es la cara de los deportes los fines de semana y festivos, sino que ha estado en dos copas del mundo (Corea - Japón 2002 presentando para Univisión y Alemania 2006, para RCN). Además, realizó el cubrimiento de la Copa Libertadores de América, que ganó el Once Caldas.

Liliana es una de las personas que más conocen los secretos de nuestros deportistas. Sin duda, de no ser por su papel de esposa, una vida que envidiarían nuestros papás, papacitos y papás en potencia, amantes del fútbol y los deportes.

3.4.3 Vanessa Palacio

Lugar de nacimiento: Medellín

Cargo Actual: Presentadora en Claro Sport

Ella quería ser una periodista reconocida desde que empezó a estudiar en la Universidad Pontificia Bolivariana pero no pensó que ese reconocimiento llegaría de la mano de los deportes, que para ella eran solo una diversión y un tema de conversación entre sus amigos y familiares. Fue un sueño para ella cubrir los Olímpicos

Su mayor sueño era llegar al mejor canal de deportes del mundo y lo logro a una edad muy corta.

Vanessa Palacio tuvo la oportunidad de trabajar con periodistas deportivos reconocidos internacionalmente como lo son Miguel Simón y Quique Wolf.

En la actualidad Vanessa Palacio renunció a su trabajo en Argentina con Espn para regresar a Colombia a y es la presentadora de un programa en la cadena Claro Sport.

3.4.3 Lina María López

Lugar de Nacimiento: Medellín

Edad: 32 años aproximadamente

Cargo actual: Reportera deportiva de Caracol Televisión

Experiencia: 9 años

Empezó en Teleantioquia noticias y posteriormente pasó a Telemedellín. Se ha desempeñado en el medio en periodismo deportivo, actualmente es la encargada de cubrir deportes en Antioquia, para Caracol televisión. Su función principalmente está enfocada hacia el fútbol. Cuando estudió periodismo, nunca pensó ser periodista deportiva. Cuando llegó al momento de la práctica profesional la pusieron a escoger y escogió el programa deportivo.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Paradigma y enfoque de investigación

El Imaginario social de la mujer en el periodismo deportivo, es una investigación de corte cualitativo enfocado hacia un estudio de caso. Entendido como una

herramienta para analizar temas de actualidad donde el investigador no tiene el control.

Para autores como Piedad Cristina Martínez Carazo la investigación en método de caso es una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares, la cual podría tratarse del estudio de un único caso o varios casos, combinando distintos métodos para la recogida de evidencia. Cualitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría¹⁹

Esta investigación pretende ir más allá del estudio del fenómeno, buscando contribuir a los objetivos comprensivos de la búsqueda académica. Posterior a una recolección y a un análisis de los datos recolectados.

4.1.1 Diseño preliminar de la Investigación

Desde las tradiciones de la investigación cualitativa se recoge el siguiente proceso metodológico para la ejecución de un estudio de caso²⁰.

Exploración:

- Problematización

La focalización:

¹⁹ MARTÍNEZ CARAZO, Piedad Cristina. El método de estudio de caso [Online]. pensamiento y gestión, N° 20 ISSN 1657-6276. Consultado el [16 de noviembre; 2014] Internet:

http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/20/5_El_metodo_de_estudio_de_caso.pdf

²⁰ Se adapta de: GALEANO MARÍN, Eumelia. Estrategias de investigación social cualitativa. Medellín: La Carreta Editores E.U., 2004. Pág. 48-53.

- Proceso de muestreo: la selección de la muestra no pretende representar a una población con el objeto de generalizar resultados, sino que se propone ampliar el abanico y el rango de datos tanto como sea posible, a fin de obtener la máxima información de las realidades que puedan ser descubiertas.
- Definir categorías apriorísticas que orientarán y focalizarán las observaciones
- Trabajo de campo
- Registro, sistematización y análisis preliminares.
- Confrontación con objetivos.
- Ajustes al diseño inicial.
- Construcción de categorías emergentes.

Profundización

Análisis secuencial e interactivo.

- Confrontación de datos con las categorías de análisis.
- Triangulación.
- Clasificación o tipificación de la información.
- Interpretación de los datos.
- Redacción del informe final y de los productos derivados de la investigación.

4.2 Técnicas de Generación y Recolección de Información

4.2.1 Observación no participante

En este estudio, la observación no participante se aborda como técnica de investigación social. Esta observación se caracteriza por la recolección de información que realizan los investigadores como observadores no implicados.

Ellos observan a un grupo, sus comportamientos, ritmos y cotidianidad durante un tiempo determinado.

En el caso específico de esta investigación serán observados los imaginarios de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y del politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

4.2.2 Estudio de caso

Se diseñará un estudio de caso. Para analizar un aspecto social concreto, focalizado en un espacio y tiempo específico. No es para representar el mundo sino representar el caso observado²¹; es decir este proceso de indagación caracterizado por el examen; en este caso es la apreciación que tienen los estudiantes de comunicación social del Politécnico Jaime Isaza Cadavid y la Fundación Universitaria Luis Amigó hacia las periodistas deportivas en los diferentes programas relacionados con el deporte.

4.2.3 Cuestionario escala Likert

Se diseñara un protocolo que orientará la implementación de este instrumento y las preguntas cerradas que contendrá unas respuestas categorizadas y el cuestionario será empleado para medir el imaginario social que tienen los estudiantes de la FUNLAM y del Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.

4.3 Técnicas de generación y recolección de información

²¹ 1GALEANO MARÍN, Eumelia. Estrategias de investigación social cualitativa. Medellín: La Carreta Editores E.U., 2004. Pág. 66.

4.3.1 BATERIA DE PREGUNTAS A UNA PERIODISTA DEPORTIVA

1. ¿Cuál es su función en el programa deportivo?
2. ¿Cuál ha sido su trayectoria en el periodismo deportivo?
3. ¿Usted cree que le dan el tiempo suficiente para argumentar sobre alguna tema?
4. ¿Siente que las personas subestiman la información que usted emite sobre algún deporte?
5. ¿Los compañeros de trabajo ignoran algún argumento suyo sobre un jugador, partido o equipo de cualquier deporte?
6. ¿Cuál es la importancia que tiene en usted el deporte y periodismo deportivo?
7. ¿Fue difícil llegar a ser periodista deportiva y cuáles pueden ser las causas?
8. Ventajas y desventajas de ser periodista deportiva
9. ¿Alguna vez ha tenido problema con alguien por dar alguna información o comentario en el programa el Súper debate?
10. ¿Considera que en Colombia se presentan caso de machismo en los programas deportivos hacia las presentadoras que participan en estos?
11. ¿Usted qué piensa que las mujeres tienen más dificultades de llegar al periodismo deportivo, comparado con los hombres? y ¿por qué?
12. ¿Cuál puede ser el evento deportivo donde se puede dificultar hacer su trabajo?
13. ¿Cuál es el periodista deportivo que más admira? Y ¿Por qué?
14. ¿Cuáles pueden ser las fortalezas y debilidades que puede tener una mujer en el periodismo deportivo?
15. ¿Cuál es el deporte que puede ser su fuerte a la hora de hablar al público? Y ¿Cuál puede ser ese no tan fuerte?

4.3.2 Ficha de observación no participante

El imaginario social de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas Colombianas	Lugar y hora
Objetivo de observación no participante Identificar los imaginarios sociales que tienen los estudiantes de comunicación de la Funlam y el politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas.	Palabras claves
Notas	

4.3.3 Cuestionario escala likert

Este cuestionario se utilizará exclusivamente para fines científicos Se garantiza la confidencialidad y el anonimato de las respuestas a todas las preguntas contenidas en esta encuesta.

La honestidad con la que diligencie este instrumento garantizará el éxito de esta investigación

Sexo

Femenino	Masculino

Marque con una X la o las respuesta seleccionadas.

	Siempre	Casi siempre	Rara vez	Algunas Veces	Nunca
1. Ve programas deportivos					
2. Cree en los comentarios cuándo es una mujer la que está informando temas deportivos					
3. Prefiere periodistas deportivos masculinos					
4. Le cree a los comentarios deportivos femeninos en la cotidianidad					

5. Ve programas deportivos Colombianos					
6. La sección dedicada al fútbol en los programas deportivos es la que usted prefiere					
7. Las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo colombiano					
8. Le gustan los programas deportivos colombianos					
9. Dedicar más de una hora diaria a ver un programa deportivo					
10. Reconoce a las periodistas deportivas colombianas					
11. Prefiere los programas deportivos emitidos por televisión					

5. TRABAJO DE CAMPO

5.1 Informe bitácora

La investigación denominada el imaginario social de los estudiantes de la facultad de comunicación de la Funlam y el Politécnico Jaime Isaza Cadavid sobre las periodistas deportivas colombianas, se realizó utilizando como técnicas de recolección de datos una observación a un grupo focal, una entrevista y un cuestionario escala Likert.

Para la observación el programa utilizado fue “El súper debate de Rafagol”, que es emitido por el canal regional del departamento antioqueño Teleantioquia, todos los domingos a las nueve de la noche. Este programa está compuesto por cinco presentadores y una presentadora.

Para la actividad se convocó al público objetivo en las cafeterías de la universidad Luis Amigó, se utilizó un computador como medio audiovisual para hacer el ejercicio.

Inició el programa, que tiene una duración de una hora y media. Antes se explicó a los asistentes de la actividad, el objetivo que era identificar el papel que cumple la mujer en los programas deportivos.

Al principio las personas estaban un poco insatisfechas con el debate futbolístico. No les parecía impactante, lo habían escuchado pero no habían tenido la oportunidad de verlo. Después de todas las interrupciones por la desmotivación del público, empezó la actividad.

Dos estudiante iniciaron con chistes malos y desconcentraban a los demás, se veía la insatisfacción porque en ese capítulo de Rafagol no se hace énfasis en ningún equipo de futbol Antioqueño.

Todos miraban la pantalla entre bostezos y con el celular en la mano, sin embargo; finalmente el programa fue atrapando a los jóvenes estudiantes en el minuto 25. De ahí en adelante se generó un debate no solo dentro de Rafagol, si no entre el grupo focal; todos opinaban de Nacional, Medellín y Envigado., cada cual decía lo que pensaba del futbol colombiano y sus equipos favoritos.

Continuaban atentos al programa, enterándose de lo que pasaba con sus equipos preferidos y los jugadores más reconocido. Entre comentarios de equipos lograron identificar que la presentadora poco aparecía en el programa, un detalle que muchas veces no habían notado. Aseguraron que los programas deportivos que ellos generalmente ven, muestran a las mujeres con un papel inferior a la de sus compañeros. El estudiante 1, asistente a la actividad decía “la presentadora se muestra como modelo, la cara bonita del programa. No muestra su función como periodística”

El estudiante 2, comenta que hay una participación nula de la mujer, en cuanto a lo periodístico, solo es utilizada como modelo de los productos ofrecidos, pero no hace parte relevante del programa.

Para concluir la actividad fue muy enriquecedora para nuestro trabajo de grado, porque ayuda a ver las perspectivas que tienen las personas sobre el tema de nuestro proyecto investigativo, para así poder hacer correcciones con algunos objetivos

Cuestionario escala Likert

El cuestionario escala Likert se desarrolló en las instalaciones de la Funlam y del politécnico Jaime Isaza Cadavid, el día viernes 24 de abril. Las personas que aportaron sus opiniones tienen como característica general que pertenecen a la facultad de comunicación de ambas universidades y que les gusta los deportes. Se le aplicó el cuestionario a un grupo de 50 personas en cada plantel educativo, en total fueron 40 mujeres y 60 hombres.

Los estudiantes recibieron con inquietud los cuestionarios y se presentó una confusión con la casilla dos y la casilla cuatro. El ítem correspondiente a la casilla dos

- Cree en los comentarios cuándo es una mujer la que está informando temas deportivos.

Ítem correspondiente a la casilla cuatro

- Le cree a los comentarios deportivos femeninos.

Para resolver el mal planteamiento se le explicó a cada persona, que el ítem tres corresponde a la cotidianidad.

Una característica notable es que las personas encuestadas de género femenino le creen siempre o casi siempre en los comentarios deportivos femeninos un 67.5%, mientras que los hombres de los que obtuvimos las respuestas del cuestionario creen siempre o casi siempre las comentarios deportivos emitidos por una mujer un 73.33%. Es decir dentro del género femenino existe más machismo

hacia las mujeres, que incluso desde los hombres. (ver tabulación documento adjunto de Excel.)

Entrevista semiestructurada

El pasado 22 de abril, Lina López periodista deportiva de Caracol televisión, concedió una entrevista a las 12:30pm, en las instalaciones de Caracol ubicado en el centro empresarias Ciudad del Río.

Lina respondió pregunta a pregunta de manera muy amable, después de realizar un recorrido por las instalaciones de Caracol televisión y Blu radio en la ciudad de Medellín.

Ella fue muy enfática a cerca del machismo que se vive en el periodismo deportivo en Cali y en Pereira. Resaltando que sus colegas Antioqueños son muy respetuosos y paternales con ella, además que las periodistas deportivas tienen muy buena aceptación dentro del gremio antioqueño. (Ver transcripción de la entrevista en anexo 2, escuchar el audio como dato adjunto)

5.2 VERSIÓN FINAL DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas de recolección de datos utilizadas dentro de esta investigación no tuvieron mayor mutación, se descubrió que un cuestionario tipo escala Likert señala más exactitud que una encuesta. Mientras que en la planeación de la entrevista se observan más preguntas, sin embargo; esto varió por la ampliación de las respuestas expuestas por la periodista.

Batería de preguntas diseñada para periodista deportiva

1. ¿Usted cree que le dan el tiempo suficiente para argumentar sobre alguna tema?

2. ¿Siente que las personas subestiman la información que usted emite sobre algún deporte?
3. ¿Los compañeros de trabajo ignoran algún argumento suyo sobre un jugador, partido o equipo de cualquier deporte?
Yo realmente no entiendo que es lo que ellos
4. ¿Cuál es la importancia que tiene en usted el deporte y periodismo deportivo?
5. ¿Fue difícil llegar a ser periodista deportiva y cuáles pueden ser las causas?
6. Ventajas y desventajas de ser periodista deportiva
7. ¿Alguna vez ha tenido problema con alguien por dar alguna información o comentario en el programa el Súper debate?
8. ¿Considera que en Colombia se presentan caso de machismo en los programas deportivos hacia las presentadoras que participan en estos?
9. ¿Usted qué piensa que las mujeres tienen más dificultades de llegar al periodismo deportivo, comparado con los hombres? y ¿por qué?
10. ¿Cuál puede ser el evento deportivo donde se puede dificultar hacer su trabajo?
11. ¿Cuál es el periodista deportivo que más admira? Y ¿Por qué?
12. ¿Cuáles pueden ser las fortalezas y debilidades que puede tener una mujer en el periodismo deportivo?
13. ¿Cuál es el deporte que puede ser su fuerte a la hora de hablar al público?
Y ¿Cuál puede ser ese no tan fuerte?
14. ¿Desde qué tiempo ejerce usted el periodismo deportivo?

Batería de preguntas aplicada a periodistas deportivas femeninas

1. ¿Cree usted que Medellín es una ciudad machista con las periodistas deportivas?

2. ¿Por qué cree usted que los colegas de otras ciudades desmeritan el trabajo del género femenino?
3. ¿Acá en Medellín no se ve ese machismo?.
4. ¿Cuáles pueden ser las fortalezas que puede tener una mujer en el periodismo deportivo?
5. ¿Le han desmeritado algún comentario?
6. ¿Cuál ha sido su experiencia en el periodismo deportivo?
7. ¿En el periodismo deportivo colombiano prima el fútbol, usted ha aprendido de otros deportes?
8. ¿Siente qué ha crecido profesionalmente?
9. ¿A qué periodista deportiva admira?
10. ¿Usted participa en algún programa deportivo radial, teniendo en cuenta que en las mismas instalaciones de Caracol televisión esta Blu Radio?

Diseño de encuesta

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ, FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO

Este cuestionario se utilizará exclusivamente para fines científicos Se garantiza la confidencialidad y el anonimato de las respuestas a todas las preguntas contenidas en esta encuesta.

La honestidad con la que diligencie este instrumento garantizará el éxito de esta investigación

Sexo

Femenino	Masculino

Marque con una X la o las respuesta seleccionadas.

1. Usted ve programas deportivos
(seleccione una sola respuesta).

<input type="checkbox"/>	Siempre
<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Algunas veces
<input type="checkbox"/>	Nunca

2. Cuando es una mujer la que está informando temas deportivos para usted (Seleccione una sola respuesta)

<input type="checkbox"/>	Es indiferente
<input type="checkbox"/>	No cree en sus comentarios
<input type="checkbox"/>	Siempre cree en sus comentarios
<input type="checkbox"/>	Cambia de canal de televisión

3. Usted prefiere que lo informe en temas deportivos (seleccione las dos más importantes para usted):

<input type="checkbox"/>	Solo hombres
<input type="checkbox"/>	Solo Mujeres

- Hombres y mujeres
- Le es indiferente

4. Cuando en una conversación tocan temas deportivos para usted es más confiable, si el comentario lo esta haciendo (seleccione una sola respuesta):

- Una mujer
- Un hombre
- No le interesa
- Solo importa el aporte es indiferente quien lo diga

5. Le gusta el periodismo deportivo Colombiano (seleccione una sola respuesta):

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

6. DE los programas deportivos usted prefiere la sección de (seleccione las dos más importantes para usted):

- Futbol

<input type="checkbox"/>	Tenis
<input type="checkbox"/>	Golf
<input type="checkbox"/>	Ciclismo
<input type="checkbox"/>	Otras ¿Cuáles? _____

7. Considera que hoy las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo (seleccione una sola respuesta):

<input type="checkbox"/>	Siempre
<input type="checkbox"/>	Algunas veces
<input type="checkbox"/>	Pocas veces
<input type="checkbox"/>	Nunca

8. ¿Cómo califica la calidad de los programas deportivos nacionales? (seleccione una sola respuesta):

<input type="checkbox"/>	Muy buena
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Regular
<input type="checkbox"/>	Muy mala

9. ¿Cuánto tiempo te dedicaría a ver un programa deportivo? (seleccione una sola respuesta)

- Media hora
- Una hora
- Una hora y media
- Dos horas
- Más de dos horas

10. ¿Cuál es de las siguientes periodistas deportivas es la que más reconoce? (seleccione una sola respuesta):

- Vanessa Palacio
- Andrea Guerrero
- Clara Tamara
- Liliana Salazar

11. ¿Existen diferentes programas deportivos en Colombia, cual es el que usted ve con más frecuencia? (seleccione una sola respuesta):

- El súper debate
- Balón dividido
- Los cancheros

Conexión deportes

12. ¿Cuándo usted se quiere informar sobre algún deporte, que medio de información utiliza? (seleccione una sola respuesta):

- Internet
- Televisión
- Radio
- Prensa
- Otro ¿Cuál? _____

13. ¿En toda la programación de periodismo deportivo, cuál sería su canal Preferido para informarse sobre algún evento o resultado deportivo? (seleccione las dos más importantes para usted):

-
- RCN
- Caracol televisión
- ESPN
- FOX SPORT
- Otro ¿Cuál? _____

14. De los canales regionales deportivos usted cuál prefiere

(Seleccione los dos más importantes para usted)

<input type="checkbox"/>	Teleantioquia
<input type="checkbox"/>	Telemedellín
<input type="checkbox"/>	Una televisión
<input type="checkbox"/>	Cosmovisión

Cuestionario escala Likert, instrumento aplicado

Este cuestionario se utilizará exclusivamente para fines científicos Se garantiza la confidencialidad y el anonimato de las respuestas a todas las preguntas contenidas en esta encuesta.

La honestidad con la que diligencie este instrumento garantizará el éxito de esta investigación

Sexo

Femenino	Masculino
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Marque con una X la o las respuesta seleccionadas.

	Siempre	Casi siempre	Rara vez	Algunas Veces	Nunca
1. Ve programas deportivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Cree en los comentarios cuándo es una mujer la	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

que está informando temas deportivos					
3. Prefiere periodistas deportivos masculinos					
4. Le cree a los comentarios deportivos femeninos en la cotidianidad					
5. Ve programas deportivos Colombianos					
6. La sección dedicada al fútbol en los programas deportivos es la que usted prefiere					
7. Las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo colombiano					
8. Le gustan los programas deportivos colombianos					
9. Dedicar más de una hora diaria a ver un programa deportivo					

10. Reconoce a las periodistas deportivas colombianas					
11. Prefiere los programas deportivos emitidos por televisión					

5.3 TABULACIÓN INICIAL DE DATOS CUANTITATIVOS

CUESTIONARIO ESCALA LIKERT APLICADO A ESTUDIANTES HOMBRES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN FUNLAN. POLITECNICO JAIME ISAZA CADAVID													
n° PREGU		siempre		casi siempre		rara vez		lgunas vece		nunca		TOTAL	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	Ve programas deportivos	25	41,67	17	28,33	9	15	7	11,67	2	3,333	60	100
2	Cree en los comentarios cuándo es una mujer la que está informando temas	14	23,33	30	50	10	16,67	4	6,667	2	3,333	60	100
3	Prefiere periodistas deportivos masculinos	23	38,33	23	38,33	3	5	8	13,33	3	5	60	100
4	Le cree a los comentarios deportivos femeninos en la cotidianidad	11	18,33	29	48,33	11	18,33	6	10	3	5	60	100
5	Ve programas deportivos Colombianos	15	25	22	36,67	8	13,33	10	16,67	5	8,333	60	100
6	La sección dedicada al fútbol en los programas deportivos es la que usted prefiere	33	55	14	23,33	5	8,333	1	1,667	7	11,67	60	100
7	Las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo colombiano	4	6,667	20	33,33	27	45	7	11,67	2	3,333	60	100
8	Le gustan los programas deportivos colombianos	11	18,33	20	33,33	17	28,33	8	13,33	4	6,667	60	100
9	Dedica más de una hora diaria a ver un programa deportivo	17	28,33	16	26,67	6	10	13	21,67	8	13,33	60	100
10	Reconoce a las periodistas deportivas colombianas	10	16,67	10	16,67	17	28,33	16	26,67	7	11,67	60	100
11	Prefiere los programas deportivos emitidos por televisión	29	48,33	18	30	2	3,333	7	11,67	4	6,667	60	100

CUESTIONARIO ESCALA LIKERT APLICADO A ESTUDIANTES MUJERES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN FUNLAM. POLITECNICO JAIME ISAZA CADAVID													
n° PREGUN		siempre		casi siempre		rara vez		algunas veces		nunca		TOTAL	
		N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
1	Ve programas deportivos	7	17,5	9	22,5	11	28	5	12,5	8	20	40	100
2	Cree en los comentarios cuándo es una mujer la que está informando temas deportivos	17	42,5	10	25	4	10	4	10	5	12,5	40	100
3	Prefiere periodistas deportivos masculinos	5	12,5	11	27,5	5	13	10	25	9	22,5	40	100
4	Le cree a los comentarios deportivos femeninos en la cotidianidad	17	42,5	14	35	2	5	4	10	3	7,5	40	100
5	Ve programas deportivos Colombianos	7	17,5	7	17,5	17	43	3	7,5	6	15	40	100
6	La sección dedicada al fútbol en los programas deportivos es la que usted prefiere	6	15	3	7,5	12	30	6	15	13	32,5	40	100
7	Las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo colombiano	3	7,5	8	20	16	40	10	25	3	7,5	40	100
8	Le gustan los programas deportivos colombianos	6	15	9	22,5	13	33	5	12,5	7	17,5	40	100
9	Dedica más de una hora diaria a ver un programa deportivo	8	20	1	2,5	6	15	8	20	17	42,5	40	100
10	Reconoce a las periodistas deportivas colombianas	4	10	7	17,5	12	30	10	25	7	17,5	40	100
11	Prefiere los programas deportivos emitidos por televisión	11	27,5	12	30	3	7,5	8	20	6	15	40	100

5.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Con la información recolectada tras este trabajo de campo, se puede afirmar que los estudiantes de la facultad comunicación de la Funlam y del politécnico Jaime Isaza Cadavid no presentan mayor índice de machismo frente a las periodistas deportivas, sin embargo; se resalta la poca participación femenina en espacios periodísticos deportivos y la discriminación emitida por las mujeres hacia las mujeres no periodistas. En la pregunta “le cree a los comentarios deportivos femeninos en la cotidianidad” el 18% hombres contestaron que siempre y el 10% mujeres confían en los juicios deportivos de otras mujeres.

El cuestionario se tabuló de manera separada para detectar las respuestas dadas por los hombres y mujeres. Es una generalidad que ambos géneros contestaron que menos del 8% de las mujeres tienen participación en el periodismo deportivo.

De las mujeres encuestadas el 7.5% creen de la participación femenina y para el caso masculino sólo el 6,66%; cree en esa intervención.

A pesar de que el cuestionario se realizó solo a estudiantes que afirmaron que les gustaban los deportes. En el ítem correspondiente al consumo de programas deportivos, el 42% de los hombres los ven, frente a un 8% de mujeres que afirman ser consumidoras. De ese 42% masculino sólo el 25% consume medios deportivos nacionales, mientras que la totalidad de las mujeres que afirmaron ver programas deportivos, son audiencia de programas colombianos. Para el 49% de los hombres el deporte del que prefieren estar enterados es el fútbol, mientras que el 15% de las mujeres coinciden con esa preferencia.

Entre los encuestados se resalta la preferencia para los periodistas deportivos masculinos de un 48.3%, dividido entre 23.3% de hombres y 25% de mujeres. Siendo un poco más alta la preferencia femenina.

Del 66% de estudiantes de comunicación que prefieren los programas emitidos por televisión (el 46% son hombres y el 20% son mujeres). El 48% dedica más de una hora diaria a ver programas deportivos (28% hombres, 20% mujeres) y el 42% reconoce a las periodistas deportivas colombianas. (hombres 17%, mujeres 25%).

5.5 CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación presentada sobre el imaginario social que tienen los estudiantes del politécnico Jaime Isaza Cadavid y la fundación universitaria Luis amigo sobre las periodistas deportivas, teniendo como base en la teoría de comunicación llamada usos y gratificaciones donde el receptor interpreta y por medio de esa interpretación se construye los símbolos culturales y a su vez el imaginario social.

En la actualidad el periodismo deportivo en Colombia está logrando unos cambios donde no solo se habla del tema deportivo solamente en las noticias si no que ahora se le apuesta por los programas que duren entre una hora o dos con énfasis

en el deporte y de esta manera las personas interesadas por el tema tengan un espacio para conocer nuevas noticias sobre el deporte; en la tesis de la universidad javeriana titulada qué ha pasado en las dos últimas décadas, para el periodista deportivo, Rafael Cifuentes,¹⁰ “Está llegando a un cambio, una revolución del periodismo, ahora tienes que ser mucho más fresco y ágil, los periodistas jóvenes ya hemos tenido la oportunidad de romper algunos paradigmas de la profesión, creo que la tecnología nos ha ayudado mucho, por ejemplo, Internet, los nuevos canales y medios están dando al periodismo deportivo una posibilidad para expandirse en Colombia”, aunque todavía falta que los programas deportivos colombianos sean conocidos por los espectadores y se mejoren sus contenidos puesto que según la encuesta realizada para este proyecto el 34% se los espectadores les gusta los programas deportivos colombianos el 28% rara vez se interesa por los programas realizados en el país, esto se debe que en canales internacionales se emiten programas con más contenidos que le pueden gustar más a las personas.

Según las encuestas realizadas a los estudiantes de las diferentes universidades seleccionadas que el 23,38 % de los encuestados casi siempre prefieren que los periodistas deportivos sean del sexo masculino y el 23,39 % siempre prefieren que sean hombres, y el 49 % de esas mismas personas creen los comentarios de una mujer periodista, de esta manera se puede inferir que los jóvenes les gusta más los programas deportivos cuando son conducidos por hombres pero como las mujeres cada día toman más fuerza en este campo de trabajo, se respeta y se cree sus comentarios.

El imaginario social que tienen los estudiantes sobre las mujeres en los programas deportivos donde se prefiere que un hombre hable del tema deportivo, se ve reflejada por el pensamiento cultural que tiene la sociedad colombiana sobre las mujeres y el machismo que se tiene hacia ellas, esto se puede ver reflejado también en que las mujeres ganan menos los hombres, según Castoriadis La

abstracción cultural depende de las prioridades personales y sociales, crean un código de relevancia y se percibe con los conocimientos previos y dependiendo de estos se construyen nuevas creencias. Por lo anterior es que cada sistema social tiene diferentes imaginarios sociales, por no tener una única realidad por el proceso evolutivo constante.

Por otro lado basándonos en la tesis llamada “La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual” donde se comenta la importancia que ha tomado este tipo de periodismo en las últimas décadas y con él la problemática que se ha venido dando con las mujeres que quieran trabajar en este campo.

En la entrevista que se realizó a la periodista Lina María López de Caracol, ella afirmaba que hay plazas donde nota más el machismo que en otras, Lina destaca que en una ciudad como Medellín no ha pasado por estas circunstancias pero que conoce colegas las cuales, según las encuestas realizadas para este proyecto el 28 % de los encuestados dice que rara vez identifica a las periodistas deportivas contra el 17 % que dice que siempre las reconoce, se puede ver la falta de importancia que se le da a las periodistas cuando están hablando del deporte.

6. BIBLIOGRAFÍA

ABSALÓN, José. La inserción de la mujer en el periodismo deportivo acciones para incentivarlo en la sociedad ecuatoriana actual. Latacunga, 2010, 95 h. trabajo de grado (Licenciado en Comunicación Social). Universidad técnica de Cotopaxi.

BERMUDEZ, JARAMILLO, FLOREZ. Pilar, Maritsabell, Juliana. Mujeres periodistas en busca de un espacio para la igualdad. Bogotá, 2001, 79h. Trabajo

de grado (comunicador social y periodista). Universidad la Sabana. Facultad de comunicación social y periodismo

CASTILLO, MERINO. Ronald, Manahend. La participación femenina en el ejercicio periodístico en el salvador, a partir de la firma de los acuerdos de paz. San salvador, 2009, 57h. Trabajo de grado (Técnico Universitario En Periodismo). Universidad tecnológica de el alvador. Facultad de ciencias sociales.

CORREA, OSORIO. Amado, Jhon. Periodismo deportivo: entre líneas, voces e imágenes, Medellín, 2012.232pag

COVARRUBIAS, Ruth. El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco. En: Revista razón y palabra.No.69 (Julio-Agosto 2009) p.1-16

GIMEO, LOPEZ. Ricardo, Luis. La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española. Madrid, 2007, 134h. Trabajo de grado (comunicador social). Universidad EU San Pablo. Facultad de ciencias humanas.

MAGALLON, Adolfo. Una mirada global del periodismo deportivo. En: Revisa razón y palabra.No.69 (febrero 2009) p.1-12

MARTIN, Jesus. De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1987.283p.

MORIN, Edgar. Las Stars: Servidumbres y Mitos. Dopesa. Barcelona. 1972

SAINZ, Clara. Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española. Madrid, 2010, 482h. Trabajo de grado (comunicador social y periodista). Universidad Carlos III. Departamento de periodismo y comunicación social.

TORRES, Nicolás. Periodismo deportivo qué ha pasado en las dos últimas décadas. Bogotá, 2010, 67h. Trabajo de grado (Comunicador social). Pontificia Universidad Javeriana. Facultad De Comunicación y Lenguaje.

BARBERO, Jesús Martín. De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili, 1984. Pg 306

MARI, Enrique. El poder y el imaginario social. En: La ciudad futura. Vol 11 (junio 1988)

CIBERGRAFÍA

MARTÍNEZ CARAZO, Piedad Cristina. El método de estudio de caso [Online]. pensamiento y gestión, N° 20

ISSN 1657-6276. Consultado el [16 de noviembre; 2014] Internet: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/20/5_El_metodo_de_estudio_de_caso.pdf

BLOG EL COLOMBIANO. Capsulas del fútbol [En línea] <<http://www.ecbloguer.com/capsulas/?p=3589>> [citado 20 de septiembre de 2015]