

**Voces de cuatro generaciones: deconstrucción y análisis sobre el perfil actual
del periodista deportivo**

Daniel Alberto Parra Cuenca

Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social

Campo profesional Periodismo

Director

Germán Izquierdo Manrique



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación
y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social

Bogotá, noviembre 2020

Artículo 23

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

Bogotá, 18 de noviembre 2020

Doctora

Marisol Cano

Decana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Ciudad

Apreciada Decana

Me permito presentar mi trabajo de grado titulado “**Voces de cuatro generaciones: deconstrucción y análisis sobre el perfil actual del periodista deportivo**”, con el fin de optar al grado de comunicador social con énfasis en periodismo.

Cordial saludo,



Daniel Alberto Parra Cuenca

Bogotá, 18 de noviembre de 2020

Doctora

MARISOL CANO BUSQUETS

Decana Facultad de Comunicación y Lenguaje

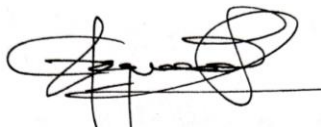
Pontificia Universidad Javeriana

Ciudad

Respetada doctora Cano:

Yo, Germán Izquierdo Manrique, me permito presentarle el trabajo de grado de Daniel Alberto Parra, titulado *“Voces de cuatro generaciones: deconstrucción y análisis sobre el perfil actual del periodista deportivo”*. Se trata de una investigación que combina las entrevistas con el análisis de las mismas. Daniel hizo un escrupuloso trabajo de reportería con el objetivo de encontrar las destrezas y capacidades que buscan los medios deportivos en un periodista recién graduado. La tesis constituye un aporte novedoso al debate sobre la necesidad de fortalecer los pensum en ciertas materias que podrían dar mayores competencias a los profesionales en el campo laboral.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Germán Izquierdo Manrique', with a horizontal line underneath.

Germán Izquierdo Manrique

C.C 79938297

Agradecimientos

A mis padres, hermanos y sobrinos que, con su cariño y su apoyo constante, contribuyeron mi proceso de formación personal y profesional. A mi asesor German Izquierdo Manrique por animarme en los momentos de dificultad y a los docentes de la Universidad Javeriana por su dedicación y profesionalismo.

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	8
2. Estado del arte.....	9
3. Marco conceptual.....	17
4. Generación de los años 70.....	22
4.1 “Lo más importante del periodismo es la reportería” Héctor Palau.....	25
5. Generación de los años 90.....	34
5.1 “El periodismo deportivo no existe, existe el periodismo” Gabriel Meluk.....	37
5.2 “La televisión está más amenazada. Si no es por los canales deportivos nadie la ve” Antonio Casale.....	45
6. Primera generación del siglo XXI.....	55
6.1 “Esto es una carrera de resistencia, no de velocidad” Daniel Pérez.....	58
7. La generación alfa del periodismo deportivo.....	67
7.1 “En comunicación debe ser obligatorio graduarse mínimo con tres o cuatro idiomas” Santiago Gómez.....	70
7.2 “Al final la competitividad depende de uno mismo” Laura Bernal.....	80
8. La practica en la academia determina el nivel de adaptación del estudiante en el medio.....	89
9. Pauta publicitaria, ¿una nueva tarea para aprender en el periodismo?.....	91
10. Rigor vs Opinión, una realidad en el medio periodístico deportivo.....	92
11. El valor agregado de los idiomas.....	94
12. Acceso a las fuentes y consecución de la información.....	95

13. El pulso de las generaciones: entre la resistencia y las nuevas dinámicas.....	96
14. Bibliografía.....	98

Introducción

El periodismo deportivo en Colombia vive uno de sus mejores momentos gracias a las destacadas actuaciones de sus deportistas en distintas disciplinas. La selección colombiana de fútbol, las victorias de Cabal y Farah, los grandes saltos de Catherine Ibarguen y la velocidad de Mariana Pajón son algunas de las grandes hazañas que han obligado al periodismo a informarse más a fondo sobre varios deportes.

Desde el auge del periodismo deportivo en Colombia a finales de la década de 1920, las dinámicas del oficio han cambiado, gracias a la evolución y globalización de los deportes. Sin embargo, a partir de 1970 surgió una generación de periodistas deportivos que sigue liderando el gremio. Periodistas de experiencia, como Carlos Antonio Vélez y Hernán Peláez, han llevado la batuta durante años en esta rama. Pero llama la atención que lo hayan hecho muy bien, a pesar de que no son comunicadores sociales. El primero es abogado y el segundo ingeniero químico. Ellos y muchos otros se han convertido en los referentes del periodismo deportivo durante décadas. Actualmente, siguen siendo los profesionales más conocidos, lo más consultados y los que más devengan. En esta realidad, es importante identificar cuáles son los motivos por los cuales las nuevas generaciones que llegan al periodismo deportivo no logran el reconocimiento de los citados periodistas.

En Colombia se gradúan alrededor de 5.000 nuevos profesionales del pregrado de Comunicación Social en Colombia. En esa cifra figura una alta demanda de jóvenes que desean estudiar y trabajar en el campo del periodismo deportivo. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo de grado es hacer un análisis de las fortalezas y debilidades de los periodistas deportivos de

distintas generaciones para construir el perfil actual que deben tener los profesionales que ejercen este oficio.

Con el fin de construir dicho perfil, en cuatro capítulos se condensan los testimonios de seis periodistas deportivos de cuatro generaciones o épocas distintas. En los años 70, Héctor Palau; entre 1990 y 2000, Gabriel Meluk y Antonio Casale; en el 2000, Daniel Pérez, y de 2018 en adelante, Laura Bernal y Santiago Gómez. ¿Cómo estos periodistas se han formado y trabajado en distintos momentos y coyunturas? Sus perspectivas del oficio son diversas y ayudan a responder los cambios del rol del periodista deportivo. Ellos nos darán luces de por qué no hay programas de pregrado y posgrado de periodismo deportivo respondiendo preguntas como las siguientes: ¿qué tanto aporta la academia a la profesión? ¿es necesario estudiar Comunicación para convertirse en periodista deportivo? ¿cómo ha evolucionado la profesión y como se ha adaptado a las nuevas dinámicas?

Estado del arte

En Colombia, el periodismo deportivo ha tomado un auge importante. Son muchos los jóvenes que buscan trabajar en esa rama. Así mismo, son cuantiosos los trabajos de investigación enfocados en esta materia. Es pertinente analizar qué temáticas históricas y teóricas han abordado, en beneficio de la línea de investigación del presente trabajo.

En primer lugar, figura la tesis *La profesionalización del periodismo deportivo en Colombia: teoría, práctica y gremialismo*, de Juan Camilo Rocha. El trabajo da luces sobre cómo el periodismo deportivo se fue profesionalizando, ya que en sus inicios la personas que trabajaban en el oficio no pasaban por la academia. Rocha (2015) recalca que “entre más

responsabilidad recaía sobre el periodista, más cuidadoso y pragmático este de debía ser, a simple vista, la universidad llegaba como el complemento que hasta entonces tenía el periodista regular que se había formado bajo el empirismo” (p. 36) Allí se evidencia cómo el empirismo y la academia han mantenido sus desencuentros cuando nos referimos al ejercicio del periodismo deportivo.

La profesionalización del periodismo deportivo también se ha logrado consolidar gracias a las diferentes agremiaciones creadas para defender a capa y espada este oficio. La Asociación Colombiana de Periodistas Deportivo, el Circulo de Periodistas de Bogotá y la creación de la Escuela Nacional de Periodistas fueron algunos de esos grupos representativos que surgieron a mediados del siglo XX en Colombia. Sin embargo, a pesar de que la intención de estas asociaciones era fortalecer el periodismo, muchos periodistas pensaban firmemente que podían dividirse y debilitarse aún más. Así lo expone Rocha:

“No faltaron las voces contrarias a la creación de dicha federación como la del director de la sección deportiva de El Tiempo, Jorge Enrique Buitrago (Mirón) quien argumentó que no era necesario crear una organización específica de periodistas deportivos pues con las que ya existían era suficiente y no era conveniente propiciar el asociacionismo pues más tarde los redactores judiciales, de económicas, sociales, y de otras secciones del periódico seguirían el ejemplo, dividiendo aún más el gremio periodístico” (2015, p. 50-51)

Haciendo un recorrido histórico, la tesis *Periodismo deportivo, qué ha pasado en las dos últimas décadas*, de Nicolás Torres, nos brinda la posibilidad de ver la evolución del deporte desde la antigua Grecia y la transformación del periodismo deportivo en Colombia desde sus inicios hasta la actualidad. Su revisión sobre las últimas décadas de la profesión refleja cambios

significativos del oficio como el siguiente:

“Los comienzos del siglo XXI y la aparición de herramientas tecnológicas como el Internet, la inmediatez de la noticia y de la chiva, empezaron a ser la obsesión de las salas de redacción en todos los medios y de esto no se salvaba la prensa deportiva. De esta manera se necesitaban noticias importantes y resumidas para no ser “chiviados” por otro medio, se dejó la parte humana que tocaba al deportista en la noticia a un lado, sólo para mostrar su parte profesional de la labor que desempeñaba” (Torres,2010, p. 20)

Sin duda, las dinámicas del periodismo deportivo han cambiado y la profesión ha tomado un rumbo más mercantil y de mayor competitividad. Es decir, la calidad de la información que se produce se ha alterado por la cantidad de ‘likes’, ‘views’ y comentarios que genera dicho contenido. Esto, en consecuencia, nos lleva a la peligrosa cornisa del espectáculo y el sensacionalismo. Así lo ejemplifica Torres (2010):

Titulares como “El clásico de la muerte”, “Millonarios podría desaparecer”, “un duelo paisa por seguir con vida” o “un bogotano silenció el Atanasio”, son ejemplos de cómo por el afán de vender se pueden poner titulares en primera página que se pueden considerar irresponsables. Estos cabezotes pueden en su caso fomentar el odio entre regiones. (p. 35)

El deporte ha permeado otros sectores de la sociedad como la política y la cultura, y al final de su tesis, Torres (2010, p. 31) lo retrata a la perfección con el caso del presidente Ernesto Samper, que en 1994 lanzó una publicidad en su campaña con la imagen de Carlos ‘El Pibe’ Valderrama para que votaran por la casilla No. 10 en las urnas.

Por otro lado, en el trabajo *Los Cromos del deporte colombiano: el registro del deporte en cien años de la revista Cromos (1916-2016)*, de Verónica Perry, vemos cómo se forjó esa

valiosa relación entre el deporte y la nación. Ante tantas divisiones políticas y sociales que permanecían desde los años 50, en 1970 Perry (2016) aclara que “gracias a deportes como el ciclismo y el boxeo se fue construyendo, poco a poco, esa anhelada identidad nacional colombiana”. Las victorias de Cochise Rodríguez y Kid Pambelé se convirtieron en un mecanismo para unir a nuestro país y de estar atados en una sola cosa a pesar de las numerosas diferencias.

“El deporte en Colombia ha sido capaz de crear una gran sociedad, unida en torno a sus diferentes disciplinas, que han llevado a formar una identidad como país. Esto se ha conseguido, o intensificado, a través de los medios de comunicación. ¿De qué manera? La difusión deportiva, de las diferentes competencias, que estos han realizado a lo largo de la historia, ha permitido que el país entero se informe y vibre con las emociones que genera la actualidad deportiva” (Perry, 2016 p. 18)

Sin duda alguna, este trabajo muestra como la revista Cromos fue parte fundamental para el deporte colombiano en el proceso de ganar más adeptos y aficionados. Lo más valioso es ese cubrimiento del deporte y relacionarlo con otros temas como la política, la economía, la cultura, entre otras. Por último, según Perry (2016), en los años 90 el deporte dejó ser una actividad física y se volvió muy comercial gracias a la selección Colombia que clasificó a los mundiales. De allí nació la farándula en el deporte y sobre todo en las revistas empezó a escribirse sobre los personajes y su vida privada, y no cuanto pasaba dentro de un campo de juego. Lo anterior es importante referenciarlo porque con un mundo actual más globalizado y unido por las redes sociales, los temas de moda y farándula en esta rama del periodismo ha ganado cada vez más espacio, pero también más crítica. ¿Hablar de la relación de James con su novia es periodismo deportivo? Preguntas como estas salen a relucir hoy en día cuando se trata de juzgar los

contenidos informativos.

En este apartado, relacionado con la historia, podemos añadir la investigación de Pedro Felipe Andrade, llamada *Una mirada al periodismo deportivo en Colombia vacío en pluralidad y construcción de memoria*. Su tesis hace un especial énfasis en la falta de conocimiento histórico sobre los hechos deportivos más importantes del país en todas las disciplinas. El atleta Alvaro Mejía, la nadadora Olga Lucia de Angulo y el boxeador Jorge Eliecer Julio hacen parte de la recopilación del trabajo. Sus perfiles sirven como un espejo retrovisor para recordarnos que hemos triunfado en muchos deportes ajenos al fútbol. Según Andrade (2015), esto ha provocado un panorama en el que “los periodistas especializados tienen la ventaja de que los más jóvenes solo quieren hablar de fútbol y algunos ex deportistas descubren que su conocimiento les da ventajas sobre los mismos comunicadores”. Lo anterior explica, de cierta manera, porque ha sido difícil el cambio generacional en los periodistas deportivos ya que los más antiguos si tienen ese conocimiento y cada vez es más difícil para los jóvenes posicionarse en los medios.

Hoy en día no solo es preocupante la falta de conocimiento de todos los deportes, sino que, en el fútbol, el deporte preferido de los medios, también ocurre lo mismo. Así lo expone Andrade (2015):

“Parece como si la memoria del fútbol colombiano empezara con la generación de “El Pibe” Valderrama, Faustino Asprilla o Freddy Rincón. Por solo citar algunos nombres, Delio “Maravilla” Gamboa, Jairo Arboleda, Alejandro Brand, Ponciano Castro, Osvaldo Calero, Eduardo Retat, Arturo Segovia o Alfredo Arango, hicieron vibrar a los aficionados en los estadios colombianos, y salvo los periodistas consagrados, son pocos los que tienen una referencia mínima de sus logros” (p. 72)

Dicho esto, si los periodistas deportivos de la actualidad desconocen la historia del fútbol, el deporte que más cubren y resaltan en las portadas, es pertinente realizar una autocrítica porque bajo esas condiciones no es idóneo ejercer la profesión. Es inaceptable que muchos periodistas ni siquiera tengan la preparación correcta para cubrir la única disciplina en la que se enfocan.

En la tesis *La calidad en el periodismo deportivo narrativo*, de Néstor Julián Peña, se tiene en cuenta un importante elemento que tiene el periodismo deportivo: la espectacularización. Por lo tanto, más allá de la información que le aporta a la sociedad, tiene un componente de entretenimiento que engancha al consumidor. Un show de opinión en televisión, un debate en radio o una crónica con una prosa atractiva son algunas de los caminos vigentes que se utilizan. Domínguez (2012, citado en Peña, 2014) afirma que “El periodismo deportivo requiere de algo más que la oportunidad y precisión de sus datos, recurre al dramatismo, a la exaltación de lo inusual, al público mismo como concursante, en fin, echa mano de todo dispositivo de espectacularización” (p. 32).

Sin embargo, por honestidad y responsabilidad con la profesión y con la audiencia, el periodista deportivo no debe tomar una posición subjetiva y sesgada como consecuencia de su pasión y su amor por el deporte. Para Blanco (2014, citado en Peña, 2014) “el periodismo deportivo de calidad es aquel que sabe establecer los límites entre lo pasional y lo objetivo. Ni muy cargado hacia un lado ni hacia el otro” (p.33). El espectáculo en los deportes genera una pasión bien vista en la audiencia o los fanáticos, pero en el caso del periodista debe ser controlada, sobre todo justificar sus conceptos.

El mismo enfoque se analiza en *Los estilos tradicional y juvenil en las transmisiones de fútbol en la radio colombiana*, de Juan Esteban Fonseca. Si bien el trabajo se centra en el mundo

de los deportes en la radio, se expone cómo el fútbol ha trascendido a un nivel cultural que le ha permitido sobresalir más respecto a otros deportes. Así lo retrata Fonseca (2011):

“El fútbol es la mejor muestra que tienen algunas naciones para medir su potencial y su fuerza entre otros países, da cierta similitud a una confrontación bélica, ya que reúne ingredientes similares, un ejército de once jugadores, un cuerpo técnico que lo adoctrina, y el ente directivo, que es el que respalda y administra” (p.26)

El hecho de ponerse la camiseta de X equipo, ir a cada partido, reunirse con un grupo de personas a compartir, sintonizar la emisora o el canal y cancelar otras actividades, hacen del fútbol un evento masivo y relevante en cada rincón del planeta. Es el deporte que reúne la mayoría de los símbolos de las relaciones humanas. Fonseca (2011) también muestra como el estilo de juego fue creando una identidad en cada nación y que la distinguía de las demás.

Es así como Brasil se convirtió en el país del juego bonito, por su llamativo y cautivante estilo, además de tratarse del país más veces campeón a nivel mundial con cinco conquistas. Jugadores de la talla de Garrincha, Pelé, Ronaldo, Romario, Ronaldinho, entre otros se han quedado en la memoria colectiva brasileña, también en la del mundo, ya que estos jugadores demostraron sus habilidades en distintos países” (p.27)

Por último, Daniela Vásquez, en la tesis *Realidades con las que se encuentra el egresado de comunicación social en el manejo actual del periodismo deportivo en Bogotá*, aborda la importancia de las fuentes para el periodista que cubre deportes. Esa relación del periodista con el jefe de prensa, el dirigente o el deportista, es indispensable, pues son las voces y a ellos hay que preguntarles para obtener la información de primera mano. Esta labor no es para nada fácil según Vásquez (2019):

Enfrentarse a personas que tienen un poder sobre algo no es una tarea fácil dado que la labor del periodista no consiste en adular ni felicitar a los productores de noticias, sino enfrentar sus postulados contra los de la sociedad y el bien común. Es imposible quitar la tensión de esta relación porque es precisamente esta la que brinda herramientas para la construcción social. (p.66)

El cubrimiento de las fuentes es bastante complejo porque no lo enseñan en la academia, y en el caso del periodista deportivo, es vital porque debe saber tratar a esos personajes. Es así como cobran relevancia los jefes de prensa:

“Su función principal es ser el puente entre los medios de comunicación y el club de fútbol. Además, debe tener contacto con todos los periodistas y proveerles la información que se considere importante. Pero no sólo se trata de emitir información sobre las novedades del equipo sino también de generar contenido para los seguidores del club y crear una relación de fidelidad con el hincha que, finalmente, es otro cliente de las instituciones deportivas” (Vásquez, 2019, 51).

Los jefes de prensa son las primeras fuentes que debe tener un periodista deportivo para poder relacionarse con los actores principales del deporte y empezar a crear su propia agenda de contactos. La construcción de esta última es clave para el futuro laboral del periodista pues la jerarquía de las fuentes le da mucha más relevancia a la información que se logra extraer.

Marco Conceptual

Antes de profundizar en esta investigación, es pertinente entender una serie de conceptos para tener claro sobre qué tema estamos tratando. En primer lugar, debemos hablar del periodismo como una profesión fundamental en los procesos de comunicación para describir la realidad y mantener informadas a las masas. Sin embargo, también es importante comprender que es una labor más activa que pasiva. Así lo explica el profesor Emilio Filippi (citado en Martínez, 2010) “El periodismo no solo describe la realidad, la interpreta, la explica y orienta sobre ella” (p. 29). Es decir, no solo darle una información a un lector sino contextualizarla y si quiero, darle mi opinión sobre ella, para darle todos los matices de esa realidad. El nobel colombiano, Gabriel García Márquez (1996), lo enmarca de la siguiente manera: “el periodismo es una pasión insaciable que solo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad... Es tener el privilegio de cambiar algo todos los días” (p. 5).

El periodismo también se ha convertido en un elemento esencial en las personas, pues sin él no comprenderíamos los sucesos del mundo actual. Según Gonzalo Vivaldi (1986, citado en Martínez, 2010), “esta actividad representa una necesidad existencial para el hombre moderno, quien requiere saber lo que pasa en su entorno social” (p. 29) En estos tiempos modernos, estar informados es una necesidad y no una simple opción.

Hay otros que dan un concepto más literal y específico de lo que es el periodismo. Por ejemplo, Vladimir Hudec (1998, citado en Martínez, 2010) lo define como:

“el conjunto de expresiones impresas, habladas o gráficas o combinadas, que se publican periódicamente y están destinadas a interpretar la realidad social de actualidad y de

importancia universal, en forma documentada y que, mediante su difusión por distintos medios de comunicación, ejercen un impacto masivo sobre un público socialmente diferenciado” (p. 30).

Finalmente, no podemos omitir las condiciones básicas del contenido neto del periodismo. Una noticia deber ser actual, coyuntural y cierta; debe ser de interés común; es decir, relevante para la opinión pública y que llegue a una gran cantidad de masas a través de un medio de comunicación.

También debemos aclarar la especificidad que nos compete en este trabajo: el periodismo deportivo. Según Javier Molina (2010), “este es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante” (p.6). Esta rama del periodismo ha logrado reforzar aún más todos los fenómenos que van más allá de lo deportivo y que tienen un gran impacto en la audiencia.

Desde una perspectiva causal, el periodismo deportivo se basa en informar sobre todos los acontecimientos deportivos y nace como una alternativa para liberar las tensiones del espectador, azotado por las noticias políticas, económicas, y sociales. Así lo explica el periodista mexicano Julio del Río Reinaga, (citado por Hunter y Ramos, 2004),

“Su inclinación, quizás se deba precisamente al agobio y desazón que le ocasionan los problemas económicos, las tensiones internacionales, la dureza del trabajo (cuando lo hay) y otros elementos menos lacerantes. Así, ante un lóbrego panorama en su vida cotidiana, encuentra en el deporte y su información, formas agradables de evasión y de compensación”. (pag.40)

En pocas palabras, una nueva sección que daría un respiro al ambiente turbio que generaban las noticias informativas.

El periodismo deportivo nace en Inglaterra, según José Altabella (1988, citado en Andújar (2013, pag.8-9), con el periódico Sportman, publicado en Londres y fundado en 1852. En 1859 fue absorbido por Sporting Life y en 1883 se convirtió en una publicación de periodicidad diaria.

En Argentina el primer partido se jugó el 20 de junio de 1867 y la síntesis se publicó en las páginas de The Standard, un diario británico con presencia en Buenos Aires. El fútbol daba sus primeros pasos y ya estaba allí el periodismo para dar cuenta de lo que ocurría (López, 2012, p.2). Mientras tanto, en Colombia fue hasta 1928 cuando se inició el periodismo deportivo a través de la radio con la transmisión de los Juegos Atléticos Nacionales. Este dato ejemplifica la ventaja que nos lleva Argentina. Lo anterior se ve reflejado también en la oferta académica especializada. Es el caso de la Universidad de Palermo en Argentina, que ofrece la carrera de comunicación con énfasis en periodismo deportivo.

Ante todo este panorama, cabe resaltar por qué los deportes siguen siendo una de las secciones de los medios que más atraen a la gente. Como ya lo mencionamos, una primera causa es buscar información entretenida para salirse de las tensiones de las otras noticias. Pero para Raymond Boyle (2006, citando en Ángulo y Moreno, 2016) tiene una explicación aun mayor y acorde a los tiempos de hoy. Según él, hay tres conceptos que, a la vez, son factores de la relevancia mediática de los deportes:

“Primero, la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos. Segundo, la digitalización, puesto que dentro de la especialidad del periodismo deportivo se ha visto la aparición de

una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia. Por último, la mercantilización, ya que ésta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios” (P. 12)

La publicidad ha estado muy ligada al fútbol y esto ha generado una dependencia a la hora de trabajar. Los periodistas deportivos, sobre todo en radio, tienen que ganarse un cupo en un programa logrando enganchar a una marca que ingrese como patrocinador, de lo contrario, es muy difícil obtener un trabajo. Otro de los puntos negativos es la constante crítica que se le hace a la calidad periodística de esta especialidad pues muchas veces la pasión lleva a dar conceptos errados y esto también causa una no diferenciación entre la opinión y la información. A partir de allí se ha generado una discusión entre los periodistas y los exfutbolistas que contratan en programas de deportes. A estos últimos los tienen en cuenta por su experiencia dentro de una cancha, pero no están preparados en comunicación o periodismo. Este es el eterno retorno a la polémica de si cualquier persona puede ser periodista o la lucha entre la formación académica y el empirismo.

Por último, es importante analizar la estrecha relación que tiene el periodismo deportivo con la opinión. Es cierto que los datos y los conceptos deportivo se abordan y son importantes a la hora de ejercer la profesión, pero no podemos olvidar que la crítica se realiza muchas veces con pasión y terminan predominando los formatos de opinión en el medio. Así lo retrata Pulido (2018):

“Además, dentro de la misma labor periodística, la creatividad, la inmersión de campo y el análisis de los hechos se convierte en una sinergia importante para lograr alcanzar las expectativas dentro de la opinión pública. Pero para ello, la intencionalidad del periodista y la interpretación realizada sobre el acontecimiento, pueden llevar a formar puntos de vistas sesgados sobre ciertas preferencias en el deporte” (p. 3)

Actualmente, hay una constante parrillas de programas deportivos que buscan generar rating según el grado de controversialidad que cause la opinión de sus panelistas. El problema radica en la argumentación (periodismo) que respalda ese punto de vista. “Por más que el periodista tenga argumentos en contra de una u otra de las partes, no puede ponerse a favor de ninguna de ellas. Debe limitarse a informar a su público, de la forma más objetiva posible” (Zambrano, citado en Pulido, 1992).

En el periodismo deportivo también se ejerce la relación de poder entre el emisor y el receptor. La audiencia se identifica con X o Y periodista porque le gusta y acepta su forma analizar y opinar sobre los deportes. Por otro lado, el mensaje emitido también tiene una intencionalidad, que, a raíz del funcionamiento actual de los medios, busca enganchar a la mayor cantidad de espectadores posibles o generar polémica para tener mayor visibilidad.

“El periodismo deportivo se convierte en mediador de la información que tiene como objetivo principal la intensificación del mensaje hacia la audiencia. Y el tema del manejo de pasiones sobre el deporte, se convierte en un circo intensificado de palabrerías y búsqueda de razones válidas para sostener discusiones sin sentido que terminan de construir la realidad” (Pulido, 2018, p. 7)

Por lo tanto, es importante hacer una mirada sobre los formatos periodísticos deportivos para obtener información de que tipo de profesionales están contratando los medios. Es decir, entender sus dinámicas porque hay mucha demanda laboral pero poca oferta para los periodistas y por el contrario está la moda de contratar ex deportistas.

Metodología

Se seleccionaron seis periodistas deportivos de cuatro épocas o generaciones diferentes (Los años 70, entre 1990 y el 2000, principios del 2000 y 2018 hasta la actualidad) y se escogieron las siguientes categorías de análisis: formación académica, teoría vs práctica, valor agregado de los idiomas, la pauta publicitaria y el periodismo, acceso a las fuentes y el pulso entre las generaciones.

La técnica que se utilizó fue la entrevista a los periodistas deportivos Héctor Palau Saldarriaga, director de eventos y transmisiones deportivas de RCN Radio; a Gabriel Meluk Orozco, editor de deportes del periódico El Tiempo; Antonio Casale, director de contenidos deportivos de RCN Radio; Daniel Pérez, director de noticias de Win Sports; Laura Bernal Barbosa, periodista de Win Sports, y Santiago Gómez Schrader, periodista de Win Sports.

Se hizo un análisis sobre las fortalezas y debilidades que tienen los periodistas deportivos de distintas épocas con el fin de deconstruir el perfil que debe tener una persona que desee ejercer este oficio en la actualidad. Las observaciones no se enfocarán solo en materia laboral sino también desde la academia.

Generación de los años 70

La década de 1970 marcó una etapa de mayor profesionalización del periodismo deportivo gracias a la creación de agremiaciones e instituciones que regían el deporte en Colombia. El 6 de noviembre de 1968 se fundó Coldeportes, que en esa época se llamaba Instituto Colombiano para

la Juventud y el Deporte. Según Orejuela & Ávila (2018), con esta entidad “se adelantó la divulgación de la actividad física, recreativa y deportiva social comunitaria, en el sector educativo, en alta competencia, mejoramiento y supervisión de escenarios deportivos, legislación, recreación, deporte para todos y atención a los sectores con menos oportunidades (p.15). Esta entidad fue clave para la organización de eventos como Juegos Nacionales de 1970 en Ibagué.

A pesar de que la televisión llegó a Colombia en el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla, en 1954, solo 17 años después este medio de comunicación se volvió tan importante para el deporte gracias a la transmisión de los primeros Juegos Panamericanos realizados en Colombia en 1971. Así lo califica Zambrano (citado en Andrade & Llamas, 2015):

“Fue el lanzamiento de la televisión colombiana para el exterior, y el cubrimiento de la radio fue el soporte informativo de la televisión. Esas justas deportivas lanzaron periodistas como Jaime Ortiz Alvear, fue el momento en el que se especializó la radio deportiva, el de ciclismo al ciclismo, el de atletismo a su atletismo y el del fútbol al fútbol” (p. 29)

Por otro lado, con el objetivo fomentar ese camino competitivo en todas las disciplinas se fortalecieron diferentes organismos como:

“La Federación Colombiana de Ciclismo (1938), Federación Colombiana de Atletismo (1937), Federación Colombiana de Fútbol (1924), Federación Colombiana de Tenis (1936) y asociaciones, como también los periodistas deportivos de nuestro país que se especializaron más en el tema y le imprimieron carácter de profesionalismo e importancia” (Orejuela & Ávila, p.16)

Para la época, ya había sido creada -en 1950- la Asociación Colombiana de periodistas deportivos (ACORD), con el fin de discutir y mejorar las condiciones laborales, ya que el oficio

apenas estaba en camino a la profesionalización. De hecho, en Colombia la oferta académica en periodismo o comunicación era muy escasa. La Universidad Javeriana en 1971 fundó su facultad de Comunicación tras 20 años funcionando como escuela de periodismo y en 1971 la Universidad de la Sabana le siguió los pasos.

Los eventos deportivos más importantes realizados en Colombia durante este tiempo fueron los Juegos Nacionales de 1974 y 1980, realizados en Pereira y Neiva, respectivamente; el mundial de natación en Cali, en 1975 y los decimoterceros Juegos Centro Americanos y del Caribe en 1978, cuya sede fue Medellín.

El fútbol empezó a mostrar una mejoría de nivel en comparación de años anteriores. Tanto los clubes como la selección Colombia tuvieron buenas presentaciones a nivel internacional. En 1978, el Deportivo Cali fue el primer equipo del país en disputar una final de la Copa Libertadores, que perdió contra Boca Juniors de Argentina. Por otro lado, la selección mayor jugó contra Perú su primera final de Copa América en 1975.

Finalmente, en materia de triunfos deportivos los años 70 fueron muy fructíferos para Colombia en muchas disciplinas. En 1971, el ciclista Martín ‘Cochise’ Rodríguez fue campeón mundial en la prueba de los 4000 metros en persecución individual en Varese, Italia; En 1972, Helmut Bellingrodt ganó medalla de plata en tiro deportivo en los Juegos Olímpicos de Múnich, y en 1974 fue campeón del mundo en Thun, Suiza; En 1972, el boxeador Antonio Cervantes, conocido como ‘Kid Pambelé’, se coronó campeón mundial de peso superligero al derrotar al panameño Alfredo ‘Peppermint’ Frazer. Finalmente, en 1974 Rodrigo Rocky Valdez ganó el campeonato mundial de peso mediano en boxeo.

“Lo más importante en el periodismo es la reportería”: Héctor Palau Saldarriaga

En agosto de 1957, mientras liberales y conservadores negociaban cómo turnarse el poder, en Santuario (Risaralda), nació Héctor Palau Saldarriaga. Sin embargo, siempre se ha considerado valluno, pues cuando apenas tenía dos meses de edad, sus padres se fueron a vivir a Cartago. Allí, entre las planicies de la región, inició la historia de este prestigioso periodista que cuenta con más de 40 años de experiencia en el mundo de los deportes.

Desde muy pequeño Héctor se interesó por el deporte. En la escuela era muy bueno en la clase de educación física, y en su casa lo apoyaban a practicar cualquier disciplina. Cuando cursaba primaria, era muy tímido, pero a medida que fue creciendo se volvió más inquieto y competitivo. Primero fue atleta. “Me iba bien en la prueba de los 5.000 metros”, recuerda. Se interesó por saber el porqué del reglamento, por qué hacer X o Y ejercicio. Entre tercero y cuarto de bachillerato, empezó con el ciclismo, el deporte del que se enamoró.

A los 17 años se unió al club de ciclismo ‘Cinco Estrellas’. Era el líder del grupo, pues se encargaba de hablar con los dirigentes, tramitar las inscripciones del equipo, organizar las reuniones y responder las preguntas de los periodistas del municipio. En medio de esas gestiones se interesó por los medios. “Comencé a sentir que la radio y la comunicación, ni siquiera el periodismo, era vital en los temas del deporte, de la sociedad y del barrio”. Esa fue la primera visión que Héctor tuvo mientras era deportista.

Mientras tanto, su afición por la radio aumentaba. Héctor llamaba a las emisoras cuando se iba la luz en su barrio para que avisaran a las autoridades. Esa curiosidad incluso la notaron sus compañeros. En uno de sus entrenamientos, mientras pedaleaban, su mejor amigo le sugirió que

entrara en la radio, si tanto le gustaba el tema. Él le respondió que era muy difícil, que lo intentaría, pero no por ahora. Marino, su amigo, le replicó diciendo que ese era el momento, que conocía al director de la emisora 'Ondas del Valle' y que le iba conseguir una prueba. Según Héctor, "en Cartago y en el norte del Valle dicha emisora contaba con gran audiencia y con mucha fuerza ante la comunidad". Una noche, a las 7 p.m., fue a la entrevista. Para su sorpresa, el director lo conocía a él y a sus papás. No dudo en contratarlo.

Dos días después, Héctor trajo su primer tema para la emisora. "Don Gabriel, tengo todo el campeonato interno de tenis de mesa de mi colegio". En esa época el Colegio Nacional Académico era muy influyente en Cartago, de los más antiguos. Héctor, muy inocente, pensó dejar a otros la información, pero el director le dijo que tenía que contarla al aire en el programa. Héctor se escapó del colegio y llegó a la emisora en bicicleta. Las manos le temblaban mientras lo presentaban. "Yo había estado frente a un micrófono en entrevistas, pero como ciclista", dice haciendo referencia a la época en la que solo respondía las preguntas. Haciéndole el quite a los nervios, con valentía, dio las noticias deportivas de su colegio sin que le temblara la voz. El director entonces le pidió que siguiera dando esos datos.

Cuando se graduó del colegio, la posibilidad de estudiar una carrera universitaria se esfumó por su precoz vida laboral. Sus padres querían que estudiara derecho, pero a él lo seducía la agronomía. Trabajó por seis meses en un juzgado como notificador sin dejar de lado la emisora. Luego lo contrató la empresa multinacional "Papeles nacionales". Héctor recuerda que el gerente de esa empresa era más gomoso con la radio que él. Por eso le daba permiso para que hiciera el programa desde la planta. Se mantenía con lo que ganaba en la empresa, pues en 'Ondas del Valle' no le pagaban. En 1976, luego de dos años, renunció a la emisora.

Con tan solo 19 años fundó su propio periódico, llamado 'Podio'. Héctor lo escribía, lo comercializaba, lo montaba y corregía en una litografía de Pereira. Cada mes salía una nueva edición. Sus amigos también escribían columnas o le pasaban fotos. Él mismo repartía los 2000 ejemplares en su bicicleta, e incluso los clubes de ciclismo le pagaban suscripciones para colaborarle. "Tuve un buen espíritu comercial y me ganaba mis pesos", recuerda sobre su emprendimiento periodístico. En ese tiempo seguía trabajando en la multinacional.

Un año después, 'Ondas del Valle' le propuso regresar para que, al tiempo que impulsaba su periódico, hiciera radio. Además, le ofrecieron un sueldo equivalente al que recibía en la empresa. A pesar de que iba ser ascendido a supervisor de calidad, Héctor renunció y volvió a la emisora, pues esa era su vocación. A partir de entonces, tuvo tres programas al aire, uno entre semana y dos los sábados. Ya no cubría solo Cartago sino todo el norte del Valle del Cauca e incluso Cali. En esa época vivió una anécdota particular que no olvida. En 1978, se disputó una carrera nacional de ciclismo de tres etapas. "Recuerdo que compitieron los hermanos Ramón y Rafael Tolosa, que eran muy famosos en el país y formaban parte del equipo Ciclo-Ases". Héctor también compitió, pero se cayó en el primer día y terminó comentando en vivo el evento con la emisora.

Caracol Pereira también fue su segunda casa en esos años. Héctor viajaba dos o tres veces por semana a la capital risaraldense para cubrir los entrenamientos del equipo 'matecaña' y atender los programas radiales. Con esta experiencia de mayor escala, a finales de 1979 renunció a 'Ondas del Valle'. "Quería trabajar en radio a otro nivel, porque todo lo que podía hacer allí ya lo había logrado", dice Héctor. Mientras conseguía un puesto en un medio más grande, trabajó en una fábrica de materas que abrió en compañía de un cuñado. Un día estaba trabajando en la planta con las artesanías y lo llamó un amigo para que hiciera una prueba con una emisora en Manizales, en

una competencia de motociclismo. Héctor fue e hizo una muy buena transmisión y lo recomendaron para que lo contrataran, pero hasta ahí llegó el asunto, nunca lo llamaron. Tiempo después se enteró que lo habían buscado en febrero de 1980 para que les colaborará en la transmisión del cuadrangular amistoso entre Cali, América, Pereira y Argentinos Juniors, que vino con Diego Maradona.

Por esos días también se disputó la Vuelta de la Juventud. La carrera pasó por Cartago. Allí, Héctor conoció al periodista Héctor Urrego, y a Gilberto Elorza Gómez, que era director de RCN Manizales en ese momento. A los ocho días le ofrecieron trabajo, pero bajo una condición. El puesto que tenían no era ni en Pereira, ni en Cartago, ni en Cali, ni en Manizales. Si quería trabajar en RCN, tenía que mudarse a Bogotá. Cuando le preguntaron cuánto cobraba, Héctor, dubitativo, solo acertó a decir: “páguenme lo necesario para vivir dignamente en Bogotá”. Entonces empacó maletas y el 26 de febrero de 1980 firmó su contrato. Desde esa fecha hasta la actualidad, sigue vinculado con RCN.

Después de un año en Bogotá, ingreso a estudiar Educación física en la Universidad Pedagógica. Según Héctor, “lo consideraba un buen aporte y ayuda para desarrollar mis habilidades periodísticas desde el conocimiento técnico y profundo del deporte”. Nunca pensó en estudiar comunicación social porque estaba convencido de que la podía cultivar en seminarios, talleres y en la práctica del oficio. Su trabajo y constantes viajes cubriendo eventos, como los Juegos Nacionales o los Juegos Panamericanos, le impidieron terminar sus estudios universitarios. Los profesores le dejaron claro que, si seguía así, la carrera no iba terminar a en cuatro años sino en ocho. Héctor decidió retirarse.

En más de 40 años de trabajo en el periodismo deportivo, Héctor ha realizado cubrimientos de los eventos más importantes del mundo. Ha estado en 13 mundiales de patinaje,

nueve Vueltas España, nueve Tours de Francia, dos Giros de Italia, cinco Juegos Olímpicos y cinco mundiales de fútbol. Uno de los grandes momentos que presencio ocurrió en Beijing. “En los juegos olímpicos de China, vi cómo el estadio le cantaba la canción de cumpleaños a Usain Bolt el día que ganó su tercera medalla de oro. Después fui a la rueda de prensa y estuve con él. “Una cosa de locos”, destaca Héctor. Sin embargo, el evento que más lo impactó fueron los Juegos departamentales del Valle en 1979, ya que para él fue una lección de vida y profesionalismo. De su propio bolsillo se costó todos los recursos para poder hacer el cubrimiento.

Héctor también ha trabajado por su oficio como presidente de la Asociación Colombiana de Periodistas Deportivos de Bogotá entre el 2002 y 2005. Hoy es columnista, comentarista y director de eventos y transmisiones deportivas de RCN Radio. En televisión es panelista del programa ‘Ciclismo entre grandes’ del canal Win Sports, junto a Carlos Julio Guzmán y Héctor Urrego. A sus 63 años sigue aprendiendo sobre el oficio y espera seguir haciendo por mucho más tiempo lo que más ama: hablar y escribir sobre el deporte.

¿En algún momento de su vida sintió que no haber estudiado periodismo o comunicación afectó su carrera?

Yo no diría que me haya afectado, yo diría que si hubiera estudiado a lo mejor no periodismo sino otra carrera me habría beneficiado. Reconozco que si hubiera complementado mi empirismo con la academia me hubiera ido mejor. Sin duda, es fundamental, pero no es el todo, porque el que va la academia y no hace la práctica y no le tiene amor tampoco le va bien. Usted puede tener todos los libros en su cabeza, pero si no tiene la habilidad para desarrollar toda esta teoría en la calle, en el estadio. Si no puede resolver cosas que son intuitivas, los resultados no serán los mejores. Inclusive en su momento, yo me metía en cuanto seminario había. Recuerdo que entré a estudiar

francés porque en ese momento viajaba mucho a Francia. Me la pasaba siete meses del año trabajando en Europa.

¿Entonces es necesario estudiar Comunicación Social para ser periodista deportivo?

La Academia le suma, el conocimiento es fundamental y vital para todo ser humano. Todos debemos capacitarnos, el que tenga la posibilidad de ir a una universidad y hacer el pregrado y posgrado, lo debe hacer. Pero lo ideal es la suma de empirismo y academia. Estudiar, capacitarse y tener la actitud, el talento y la capacidad de trabajo. Yo no sé de otras profesiones, pero uno debe dedicar tiempo y "sacrificio", porque sacrificarse por lo que a uno le gusta y dedicarle tiempo, no es sacrificarse. Para el periodismo deportivo, los fines de semana son para dedicarlos al trabajo porque es cuando más eventos hay y cuándo más hay que estar en los escenarios. Recuerdo que fui a la vuelta de Costa Rica porque estaba invitado de parte de unas emisoras y me llevé a mi hijo y mi esposa. En los tres días que estuvimos allá, los veía por ratos porque yo estaba en mi cuento, en mi trabajo. Hay eventos en los que estoy en la misma ciudad con mi esposa, pero ella arma su programa mientras yo trabajo.

¿Qué ventaja tiene su generación sobre las generaciones actuales?

En la generación nuestra, la de los veteranos, había más pasión por el periodismo y la comunicación. Hoy hay muchos chicos que estudian, se preparan muy bien y, cuando salen de la universidad, creen que van a manejar el mundo. Ya son los más famosos y esperan ganar mucha plata de entrada. Eso no es así. Veo muchos jóvenes de hoy que creen que el periodismo es entrar a Internet, a Facebook o a Twitter y mirar todos los chismes que hay. Tampoco hay mucha reportería e investigación. Esto no me lo ha dicho ningún profesor, pero la práctica me ha enseñado

que el principal aliado del periodista, y lo más importante en el periodismo, es la reportería. Es acompañarse del testimonio, del concepto del dirigente o del deportista y estar en el escenario dándose cuenta de que pasa. Si no puede en el estadio, el velódromo o en la carretera, pues debe llamar por teléfono para saber qué está pasando. Uno no puede dedicar diez horas diarias a internet o a lo que digan los medios del mundo y quedarse con eso. Es necesario estar llamando y haciendo reportería. Conocer de primera mano, con el protagonista. Cuando uno está hablando con el dirigente, el deportista y compartiendo con los periodistas, y ese mismo entorno lo escucha, la gente piensa: “ese señor está diciendo eso porque él lo averigua”. Todo eso le da algo fundamental para el periodismo, qué es credibilidad. Cuando uno tiene credibilidad, es respetado, reconocido y atendido. Cuando no tiene esa credibilidad, al deportista o al dirigente no le interesa hablarle.

¿Qué busca en un periodista joven que aplica a una vacante o trabajo?

Lo primero es que sea inquieto y tenga ganas. Que tenga amor y disposición. Cuando me llega un periodista joven con las ínfulas de que salió de la Javeriana, de la Sabana o de tal universidad, y quiere una hora de espacio en el medio, me la pone muy difícil. Uno tiene que ganarse los espacios. Busco un joven que quiera ganar espacio, que quiera a trabajar, que siente amor por esto. Alguien decidido a luchar. Obviamente es importante que tenga conocimientos, pero para mí lo primero son las ganas y la disponibilidad.

¿Debe haber un equilibrio entre los programas deportivos de espectáculo y los programas de análisis deportivo?

Primero, el conocimiento es vital. Uno no puede ponerse hablar, ni armar una noticia, ni hacer un análisis, ni compartir un debate si no hay conocimiento. Y el primer aliado del conocimiento del periodista es la reportería y la lectura. Si hace buena reportería sobre el ciclismo, está al día en el

ciclismo y eso me autoriza a hablar de ciclismo. Si yo estoy en contacto con las noticias del ciclismo, estoy leyendo el reglamento y a otros analistas, me estoy formando y puedo trazar mis conclusiones y mis propios conceptos. Cuando pretendo llegar a una cabina de radio a hablar solo porque tengo una voz muy bonita, o porque llevo 40 años en ciclismo, lo más seguro es que fracase. Si necesito saber qué pasó hoy en el mundial de ruta femenino para un debate qué vamos a hacer el próximo lunes sobre las corredoras colombianas en el mundial, pero no me doy cuenta de qué pasó, si no estuve en la carrera y no hice comparaciones o análisis, no puedo entrar en cabina porque voy a quedar mal. Mientras uno sea un periodista informado y documentado, tiene la oportunidad de opinar. Tengo el derecho a decir esto fue bueno, regular o malo. Alejarse una semana de la actividad informativa, significa quedar “out”. Usted vuelve a tomar el micrófono o el computador para escribir una nota y está liquidado, porque en ocho días pasan muchas cosas con el deporte. No puede olvidarse una semana de todo y, al final de semana, escribir una columna, porque es muy posible que esa columna de opinión quede desinformada. Uno puede dar opinión y puede dar noticias, pero siempre preocupado por estar actualizado. Muchas veces he escrito columnas en el diario El País, La Patria, Colprensa. Normalmente las escribo en media hora o una hora, pero cuando uno no está al día, se demora cinco horas escribiendo 300 palabras. Hoy, con la globalización y con tanta comunicación alternativa, hay que cuidarse mucho más, ser más responsable y saber que las cosas se dicen para siempre. Lo que dijo hoy, salió para la eternidad y se lo cobran mañana, en seis meses o en tres años.

¿Cómo ve la inmersión de los deportistas en los medios de comunicación y que aportan en los programas y en los espacios deportivos?

Son un apoyo, porque uno no puede desconocer su esencia deportiva. Ellos no son periodistas. Desde ese punto de vista, el deportista es quien puede ayudar a poner sobre la mesa una opinión

sobre lo que está pasando con un deportista. Oscar Córdoba, por ejemplo. ¿Quién no le va a creer a Óscar Córdoba cuando él dice: ‘es que el arquero salió mal’? ¿Quién no le va a creer cuando él salió 350 mil veces a cubrir un balón? A veces, aunque no lo critico, pasan más a ser periodistas que apoyos. Yo he acudido a técnicos de atletismo, de patinaje sobre todo patinaje artístico y de hockey para que me ayuden con opiniones, pero no deseo que el técnico al que yo invito se convierta en periodista porque esa no es la función de ellos. Yo los invité para que planteen sus opiniones desde su posición cómo ciclistas, atletas, técnicos, etc.

¿Qué especializaciones ha hecho de periodismo deportivo?

Yo soy un empírico todero. Lo primero que digo cuando doy echarlas en las universidades es que soy empírico. No me da pena, cuando me piden una hoja de vida, poner que soy bachiller. Hice muchos seminarios, no pensando en coleccionar cartones ni diplomas, sino para adquirir conocimiento. Nadie me enseñó a escribir el lead de la noticia. De tanto leerlo, lo aprendí. Compartí con tan grandes personajes de la radio y algo se sobre cómo conducir y producir un programa. De tanto estar en transmisiones, algo aprendí de cómo orientar transmisión. De tanto ir a eventos, aprendí la mecánica y la logística de cómo hacerlos. Ese recorrer por el mundo entre colegas, ese aprender y estar actualizado me han dado un aprendizaje desde el empirismo. Cuando nosotros hacíamos cuñas, me decían: ‘ahí le mandó el ‘copy’ y yo no sabía a qué se referían. Resulta que el ‘copy’ era la transcripción escrita de la cuña. Entonces, como decía mi mamá, uno va aprendiendo a los empujones. El que fracasa no es el que se cae, es quien no se para. En mis primeros Juegos Olímpicos, vi caerse a quién era la gran favorita para ganar la competencia de los 3000 metros. Ella se cayó, se paró y alcanzó a meterse en la disputa de la medalla. Día a día, sigo con ganas de aprender. Sé la importancia que tienen las plataformas, las redes sociales y, sobre todo, Internet. Nunca he visto a Internet como enemigo de la radio; por el contrario, lo considero

un aliado. Si hace 35 años nosotros hubiéramos tenido Internet para transmitir el Tour, nuestras transmisiones habrían sido mucho mejores. Que la juventud maneje mejor lo digital que lo análogo eso es una ventaja, es admirable. Yo aprendo para ver cómo lo pongo en práctica y a mi favor. Voy a poner un ejemplo bien contundente. He tenido compañeros y colegas que dicen “es que Antena 2 tenía veinte emisoras; ahora sólo tiene 10”. Yo les digo que “hubiera querido hace 20 años tener 10 emisoras, pero contar con Internet”. Hoy, en la página web de Antena 2, nos escuchan en la China. En cambio, hace 30 años teníamos 22 emisoras y era posible que en Picalaña o en Saldaña no nos escucharán porque la señal no llegaba. Por lo tanto, soy amigo de la tecnología, pero bien puesta al servicio. Que no sean para las fake news o para estar detrás de un seudónimo y decir cualquier cosa porque eso en mi religión periodística no va.

Generación de los años 90

A partir de 1990, se consolidaron los medios de comunicación en el deporte tras la fructífera década de 1980. El ciclismo fue la bandera de nuestro país, gracias a la participación de pedalistas como José ‘Patrocinio’ Jiménez, Luis Herrera, Alfonso Flores, entre otros. Los ‘escarabajos’ ocupaban un gran espacio en la prensa.

“Cubrimientos deportivos tan importantes como los del el Tour de Francia, contaban en el periódico con crónicas diarias de los diferentes enviados especiales, resultados, tablas de posiciones, programación de la transmisión y curiosidades. El periódico dedicaba entre cinco o siete páginas al Tour” (Torres, 2010, p. 16)

Sin embargo, a finales de los ochenta, un importante triunfo para Colombia marcaría la tendencia de los años 90. En 1989, Atlético Nacional se coronó campeón de la Copa Libertadores de América tras derrotar a Olimpia de Paraguay. El fútbol tomó un protagonismo que se ratificó con la clasificación de la Selección Colombia al mundial de Italia en 1990. Tras 28 años sin asistir a la competición, y con la novedad de poder ver un partido de la ‘tricolor’ en televisión, este medio fue mayormente adquirido por la población:

“Con la selección colombiana incluida en el evento orbital, no hubo hogar, tienda o terminal de bus municipal donde no se hubiera encendido un televisor para ver los partidos contra Emiratos Árabes, Yugoslavia, Alemania y Camerún. Era lógico que, ante tal despliegue, la radio y principalmente la prensa escrita no tuvieran que empezar a repensarse para pelearle la sintonía a la televisión” (Andrade & Llamas, 2015, p. 32)

Para 1994 el panorama no fue muy diferente. La selección colombiana de fútbol también participó en el mundial de Estados Unidos. Las grandes hazañas conseguidas por los ciclistas en la década anterior fueron relegadas por los gritos de gol de Faustino Asprilla, Freddy Rincón y Carlos ‘El pibe’ Valderrama. La disminución en el patrocinio a los equipos colombianos redujo el protagonismo de los escaladores en las grandes vueltas y el fútbol aprovechó para ocupar las primeras páginas y noticias en prensa, radio y televisión (Orjuela & Ávila, 2018, p. 26)

Periodistas ya consolidados, como William Vinasco, Iván Mejía, Carlos Antonio Vélez y Adolfo Pérez, se encargaron de llevar toda la información relacionada con el fútbol a los hogares. Antes del mundial de Francia en 1998, en Colombia también la mirada se enfocó también en los futbolistas colombianos que jugaban en el exterior. En 1995, cada fin de semana se transmitían los partidos del futbolista colombiano de moda, Faustino Asprilla. El delantero, figura del Parma

de Italia, deslumbraba por su velocidad y era considerado uno de los mejores jugadores del mundo en ese momento. (Orjuela & Ávila, 2018, p. 27)

En 1998, bajo el gobierno de Andrés Pastrana, la corte constitucional le dio un duro golpe al periodismo quitándole la tarjeta profesional. El argumento se centró en la libertad de expresión ciudadana, ya que no se podía dar esa exclusividad únicamente a los periodistas. (Espectador, 2018, párr. 3). Sin embargo, la decisión se llevó al otro extremo, porque estudiar comunicación social o periodismo ya no era un requisito para trabajar en medios.

Más allá de los mundiales de fútbol, Colombia organizó el Campeonato Mundial de Patinaje en Bello (Antioquia) en 1990, seis años después de que la sede fuese Bogotá. En dicho certamen, empezó a forjarse nuestro país como potencia mundial en esta disciplina, gracias a las dos medallas de oro de Claudia Ruiz y Guillermo Botero. (Castro, citando en Orjuela & Ávila, p.28) En 1995, se realizó el Mundial de Ciclismo de Pista en Bogotá y el Mundial de Ruta en Duitama (Boyacá) con la destacada victoria del español Abraham Olano sobre su compatriota Miguel Indurain y Marco ‘El pirata’Pantani.

Finalmente, la victoria de Juan Pablo Montoya en la formula Kart en el World Championship Series en 1999, hizo que los medios pusieran sus ojos en el automovilismo, un deporte poco conocido en Colombia, en el que solo había destacado Roberto José Guerrero. La actuación del bogotano produjo que se hicieran más notas periodísticas sobre el automovilismo. Nadie se perdía las carreras del piloto en la Fórmula Kart. Poco a poco, la audiencia se familiarizó con este deporte y sus estrategias.

“El periodismo deportivo no existe, existe el periodismo”: Gabriel Meluk Orozco

Desde el día de su nacimiento, el destino lo unió con el deporte. El 12 de diciembre de 1968, mientras el boxeador argentino Nicolino Locche derrotaba en Tokio al local Paul Takeshi Fuji por la corona mundial del peso súper ligero, a 14 mil kilómetros, Gabriel Meluk nacía en la fría Bogotá. Su apellido, poco común en nuestro país, es de origen sirio-libanés. Los Meluk emigraron de Damasco (Siria) huyendo de la persecución musulmana a los cristianos ortodoxos y llegaron a Cartagena a finales del siglo XIX. Según el propio Meluk junto a ellos también arribaron los Rumié, los Chamié y los Abuchar. Su bisabuelo, que se bautizó Félix al llegar al país, partió hacia Chocó, donde nacieron sus hijos y nietos. Entre ellos el padre de Gabriel, Félix Meluk Orozco, que años después se casó con su prima Matilda Orozco.

Gabriel siempre supo que sería un hombre de medios. Solía reunirse con sus primos para arrancar las hojas centrales de los cuadernos y armar con ellas un improvisado formato tabloide: un periódico. Sin embargo, el juego no paraba ahí. Usaban las radiograbadoras para hacer noticieros, radionovelas y programas. “Los betamax, la primera videograbadora que llegó acá, tenían una tecla que permitía ponerle el audio sobre las grabaciones con un micrófono. Doblábamos escenas de novela y cambiábamos con mis primos los diálogos”. El fútbol llegó a sus 14 años, con el mundial de España de 1982. Gabriel grababa los partidos y los narraba mientras su papá hacía las veces de comentarista. En 1985, luego de terminar su bachillerato en el Gimnasio Antonio Nariño, estaba convencido de que quería ser periodista. Entonces entró a estudiar Comunicación Social en la Universidad Javeriana.

En 1989, el país vivía una guerra entre el narcotráfico y el Estado. Así lo retrata Hernando Zuleta (2019): “Sentíamos que el cartel de Medellín tenía contra las cuerdas al gobierno y que el Estado estaba en la disyuntiva entre ceder o que sigan los atentados”. Fueron 365 días en los que las portadas más importantes de los medios registraron el asesinato de José Antequera, miembro de la Unión Patriótica y secretario general del Partido Comunista; el asesinato del candidato presidencial Luis Carlos Galán; los atentados al periódico el Espectador, el DAS y al vuelo 203 de Avianca. El deporte no se libró de la violencia. Ese año tenebroso asesinaron al árbitro de fútbol Álvaro Ortega, hecho que propició la suspensión de la liga colombiana por primera y única vez en su historia. Ese mismo año, Gabriel escribió su tesis sobre la violencia y el deporte, mientras hacía sus prácticas en el diario El Tiempo. En el periódico, con poca experiencia, tuvo la oportunidad de hacer un cubrimiento muy importante. “Tras la muerte de Gonzalo Rodríguez Gacha, en diciembre del 89, me tocó ir a la hacienda Chihuahua en Pacho (Cundinamarca), porque habían descubierto unas caletas que pertenecían a él”. Los redactores de política y justicia estaban ocupados y Gabriel no dudó en postularse: “Yo voy a cubrir eso”.

Luego de la práctica, logró su primer trabajo, como jefe de prensa de la primera dama, Ana Milena Muñoz de Gaviria. Muchos de sus profesores en la universidad terminaron con cargos en la Presidencia de la República y, como él era aplicado, tenía muy buena relación con ellos. “Mi profesora, Pilar Calderón, jefe de prensa de la presidencia, y mi profesor Mauricio Vargas, que era consejero de comunicaciones, me ofrecieron ese cargo”, recuerda Gabriel. Después fue jefe de prensa del Ministerio de Gobierno -Actual Ministerio del Interior-, y en 1994 regresó a El Tiempo.

Su amor por el deporte lo llevó a cursar diplomados especializados en el tema dictados por la Asociación Colombiana de Periodistas Deportivos (ACORD), y cursos de contenido multimedia en la Universidad de Carolina del Sur. Actualmente, luego de 26 años, sigue trabajando

en El Tiempo como Editor de Deportes. Además, es panelista del programa ‘Conexión Deportes’ del canal Win Sports.

Hace varios años, una de las columnas deportivas más leídas del país es ‘Meluk le cuenta’, que se publica entre el domingo y el lunes en el portal y las páginas impresas de El Tiempo. En este espacio, el periodista da su opinión con desparpajo y mucha franqueza sobre todos los hechos que rodean el deporte. En una de sus columnas más recientes, Gabriel criticó fuertemente a la Federación Colombiana de fútbol por entrevistar al entrenador de la Selección Colombia, Carlos Queiroz, y enviarla a los medios sin darles la posibilidad de participar en la misma. Gabriel la calificó de ‘autoentrevista’ y la consideró una falta de respeto con los periodistas.

Su estilo combina una excelente fluidez de redacción con un lenguaje popular que refleja su forma de ser: un hombre ‘sin pelos en la lengua’: ‘En planta blanca’, ‘No aclaren porque oscurece’, ‘Cara y sello de la misma moneda’, ‘Mas agria que dulce’, ‘Entonces, ¿que supone uno?’, son algunos de sus titulares, una marca registrada llena de ironía y dichos que atrae al lector y que han mantenido a Gabriel como uno de los referentes del periodismo deportivo en Colombia. Sin duda, ha logrado lo que soñó desde su infancia y, como el mismo, dice: “lo único que le faltó fue ganar más plata”.

¿En esa época había materias de periodismo deportivo en la universidad?

Es que yo no creo que el periodismo deportivo exista. A mí me parece que eso es una mentira, es una herramienta comercial que sirve para ganar plata. ¿Dígame donde hay escuelas de periodismo de farándula? El periodismo deportivo no existe, existe el periodismo. Le voy a dar el siguiente ejemplo: mataron a Jairo ‘el Palomo’ Usuriaga a balazos porque pertenecía a una banda de

jaladores de motocicletas en Cali, ¿qué tiene que ver eso con el periodismo deportivo? Los micro traficantes de las barras bravas se pelean en un parque porque se disputan el control territorial a ver quién vende la droga en esa zona, ¿eso es periodismo de orden público? ¿Existe eso? Matan a una joven que era porrista de Millonarios, usted investiga y averigua que el novio la mató debajo de un puente, ¿está haciendo crónica roja? ¿el tema tiene que ver con deportes? Fabiola Zuluaga se lastimó el manguito rotador y tiene que hacer una terapia de ocho meses, ¿estoy haciendo periodismo de salud? Cristiano Ronaldo decidió no casarse y tener cuatro hijos con vientres alquilados, ¿estoy haciendo periodismo rosa? Si se muere Ricardo Ciciliano porque le dio Covid-19, ¿estoy haciendo un periodismo de salud, de pandemia? Y así, le puedo dar mil ejemplos. El periodismo es una sola cosa.

¿Por qué cree que ser periodista deportivo no exista y no tenga sus particularidades?

Es que nos hemos metido en el cuento de qué hacer periodismo deportivo es comentar, editorializar una serie de partidos o una serie de eventos deportivos. Creemos que hacer periodismo deportivo es salir a decir la alineación de un equipo es 4-2-3-1, eso no es de periodistas deportivos. Por ejemplo, estamos convencidos de que el periodismo deportivo es opinar. ‘A mí me parece’, ‘Yo creo que’, eso hace parte de otros shows. Periodismo es cómo transmitimos una información, valoramos, ponemos los datos correctos, verifiquemos los datos, contrastemos entre fuentes que está pasando ¿Esta fuente me está diciendo la verdad? ¿Cómo constató que eso es cierto? ¿Tengo rigor para poder valorar los datos? Y después de eso viene otro tema ¿Cómo presentó estos datos? En qué medio, en qué plataforma, en qué género. Hago una entrevista, una noticia, un informe o un reportaje. Bajo esa óptica, eso es ser periodista. Entonces periodismo no es salir a decir su opinión del partido. ‘¿Lindo gol, ¿no?’, ‘Gran triunfo el conseguido hoy’, ‘Discúlpeme, pero yo creo que usted se equivocó en un cambio porque yo hubiera metido al puntero izquierdo’. Eso no

es periodismo. Le decimos hacer periodismo a lo que no es periodismo. creemos que decir 'a mí me parece', 'Yo creo que' y en mi opinión' es periodismo, pero no, eso es cosa de hinchas, para eso nos sentamos en un café y pedimos dos cervezas y decimos que fulano es mejor jugador que otro y que el técnico es muy malo. Tenemos el periodismo editorial. Los editoriales de los periódicos están llenos de opinión de diferentes personas: de un abogado, de un médico, de un economista, de un ingeniero. Y se cree que tienen la experticia para hablar de muchas cosas. Todo el mundo se cree experto y, en lugar de hacer reportería, simplemente se limita a opinar.

¿Qué busca o que ve en un practicante que se postula a una vacante en la sección de deportes de El Tiempo?

La sección de deportes de El Tiempo no tiene practicante hace como siete años porque hay una disposición del Ministerio de Trabajo de que a las empresas se les permite tener un determinado cupo de practicantes para que no haya una mano de obra no calificada y mal paga. Hace unos años llegaban los practicantes y me decían "Yo sé mucho de deportes", y yo les preguntaba: "¿Qué sabe de deportes?". Ellos respondían "Desde pequeño he ido al estadio, soy hincha de tal equipo". No sabían nada de deportes. ¿Cuál es el récord mundial u olímpico más antiguo del atletismo? ¿Cuál es la marca mundial del salto alto? Resulta que eso ahora tampoco sirve porque usted lo consigue en Google. Busco en una persona que tenga claro cómo utilizar los géneros periodísticos, cómo llegar a nuestras audiencias, en qué plataforma, bajo qué formato y a qué hora. Una persona rigurosa en la consecución de los datos; es decir, que los contraste y los verifique y, lo más importante, que diga las cosas con agrado. Una de las principales funciones que nosotros tenemos, y que la gente olvida, es entretener. Si hago que una persona se quede los dos minutos que dura mi video, ¡fantástico!, le brindé dos minutos de entretención.

En la universidad me enseñaron cuatro cosas, ¿para qué sirve lo que hacemos? Primero, para darle información a la comunidad a la cual pertenecemos y que bajo esa información las personas sepan qué ocurre en su comunidad y puedan tomar decisiones. Segundo, para darles puntos de referencia para que puedan formar sus propios criterios. Tercero, para tratar de educar, y cuarto, para entretener. Los medios, ya sea información o no, estamos en buena medida para eso. Por lo tanto, siempre será mejor una persona que pueda presentar los contenidos de manera más entretenida. Eso no significa que no sean rigurosos. La gente utiliza su tiempo en aprender, tener la información con la que puedan tomar decisiones, formar su criterio y, de pronto, enseñarle alguna cosa. Eso me enseñaron en la universidad.

¿Qué fue lo primero que aprendió en el mundo laboral que no aprendió en la universidad?

En mi época decían que me faltaba 'maña'. Llegar al medio y tener la posibilidad de enfrentarse a una fuente para conseguir la información y valorarla, eso sigue siendo una parte complicada. En las academias se quedan en un montón de formatos: aprenda a manejar un video, aprenda a editar, apréndase un plano. Ahora están con el cuento de ser community manager, de cómo manejar eso a través de un medio nuevo, y la otra plataforma que son las redes sociales. Están más enfocados en eso, pero se quedan en la forma y no en el fondo. El problema real es el manejo de la fuente. Identificar cuál es idónea y cómo contrastar los datos que da la misma. Las fuentes siempre dicen mentiras y dan datos acomodados a su interés, dan su versión. Por eso hay muchas películas donde los periodistas son como policías, porque hacen una investigación como ellos. Si no puedo ser un agente investigador oficial para poder encontrar la verdad de los hechos, por lo menos debo tener la mayor cantidad de fuentes idóneas para que, en determinado tema, se expresen la mayor cantidad de posiciones. Así la gente puede entender un fenómeno y sacar sus propias conclusiones.

¿Qué tanto aporta la academia y el empirismo a la profesión?

Creo en la academia, pero deberíamos tener una academia menos interesada en aspectos técnicos y más en cultura general. Hay un monstruo del periodismo, que es el maestro Bastenier. Él dice que “los mejores periodistas deberían ser los historiadores porque pueden entender fenómenos y hacer comparaciones. Pueden encontrar puntos en común y de diferencia para entender realidades”. Por lo tanto, creo que debemos tener una academia más amplia en temas de cultura general. Que usted pueda leerse 50 libros y pueda escribir como este, enviar mensajes como este otro. Entender cómo se mueve la economía, como son los sistemas sociales. Eso es lo más importante. Lo otro es llegar a unos tecnicismos sobre cómo se prende y apaga una cámara, cómo se envía un tweet. La diferencia entre la academia y el medio es que el medio espera que los nuevos periodistas lleguen siendo unos duros en saber dónde está la información, porque el medio tiene una inmediatez y una urgencia que resolver.

¿Cómo ve el mercado para los nuevos periodistas?

El mercado no existe, este negocio se está acabando. Cuando entré al periódico El Tiempo en la sección de deportes éramos 14 personas y hoy somos 5. El problema es que ahora todos somos un medio y toca ver cómo se capitaliza eso en redes, por ejemplo. El mercado laboral es muy malo, excepto para las figuras que los contratan por show, por nombres y por experticia, pero para los reporteros rasos el mercado es pésimo. Cuando entré a trabajar pensaba lo mismo que ahora, el mercado es pésimo.

¿Cree que en algún momento ese periodismo deportivo de espectáculo le quitará el espacio al periodismo de análisis y datos?

¿Qué diferencia tiene lo que dicen los jóvenes a lo que decimos nosotros? Ninguna. Es incluso el mismo formato. La diferencia es que unos usamos corbatas y otros no. ¿No ha visto ese mismo

tipo de programa en E entertainment hablando de moda? ¿No ha visto ese mismo tipo de programa en radio que se llama Hora 20? es exactamente lo mismo. Es un error tratar de encasillar el periodismo deportivo. Uno va a una librería y encuentra libros de periodismo, no de periodismo deportivo. Repito, escándalo con la reventa de boletas de la eliminatoria, ¿qué periodismo estoy haciendo ahí? Está haciendo periodismo. Los que dicen repliegue, cobertura, 4-3-2-1 y todo eso, son comentaristas. Bastenier decía que “el gran problema del periodismo latinoamericano es que importaba quién decía y no lo que decía, ni si la información que decía era verificada y rigurosamente publicada”. Además, decía que en Latinoamérica existe algo que se llama “vedetismo” y del cual hago parte. ¿Es más importante quién dice la información? Por ejemplo, puse un tuit diciendo que los periodistas no somos porristas, ni animadores ni nada de eso, y salió un medio web a decir: “este es el mensaje que le envía Gabriel Meluk a los otros compañeros y colegas de Win Sports, Fox, ESPN”. No contrastan ni contextualizan lo que dije.

La televisión está más amenazada. Si no es por los canales deportivos, nadie la ve: Antonio Casale

Esa desbordada pasión por el deporte que se refleja en las transmisiones de Antonio Casale es producto de la rebeldía que siempre lo ha caracterizado: la misma con la que escogió a su equipo favorito. A sus papás no les gustaba el fútbol, pero a los siete años Antonio se enamoró de Millonarios gracias a un amigo de la familia que lo llevó por primera vez al estadio. Varias personas intentaron volverlo hincha de Santa fe, pero fracasaron: su corazón sería siempre azul.

Antonio nació el 7 de septiembre de 1974 en Bogotá, justo dos meses después de que Alemania se coronara campeón mundial de fútbol al vencer a la histórica ‘Naranja Mecánica’: la Holanda de Cruyff y compañía. Su papá es un inmigrante italiano que llegó a Venezuela después

de la segunda guerra mundial y terminó estudiando en el Colegio La Salle en Pamplona (Norte de Santander). Allí conoció a la mamá de Antonio. Pronto se fueron a vivir a la capital, donde se casaron. Antes del balón, el primer amor de Antonio Casale fue la radio. Su contacto con el mundo era la radio. Todos los días, a las 6 de la mañana, en su casa encendían los cuatro radios que tenían. “En mi casa si la noticia la daba un noticiero, se apagaba el televisor y se prendía el radio para ver cómo era la cosa”, recuerda él.

Muy pronto, el joven Antonio empezó a mezclar sus dos pasiones. Escuchaba los programas de deportes y coleccionaba las figuras de la revista ‘Cronometro’. “Salía la figura del partido -cuenta-, la recortaba, la ponía en la mitad de un tapete con una pelotita de aluminio entre unos arcos de fútbol y narraba los partidos de la fecha”. Le encantaba imitar a Jorge Eliecer Campuzano y a Pache Andrade. Luego, empezó a jugar tenis y tuvo la oportunidad de ir a Estados Unidos para seguir practicando, pero como el mismo dice: “no tenía el nivel para ser un tenista top”.

Antonio no figuraba entre los estudiantes más aplicados. En el Colegio Angloamericano, cuando cursaba grado once, aspiraba a reprobado solo tres materias para validarlas y no perder el año. Para el día del idioma la profesora de español ofreció poner una nota de diez a quien llevara una miniteca. Él, temerario, se ofreció sin tener nada. “Me conseguí los equipos, hice unas tarjetas y las repartí a toda la gente del colegio y empecé hacer fiestas de 15 años con los equipos que eran alquilados y que después compré”. Así fue como salvo el año y se convirtió en DJ.

Persiguiendo su sueño de ser periodista, ingresó a estudiar Comunicación Social en la Universidad de la Sabana. Cuando cursaba segundo semestre, su profesor de Teorías de la comunicación, Cesar Mauricio Velásquez, llevó a sus alumnos a las instalaciones de Caracol Radio. Casale, inquieto y atrevido, le pidió a Oscar ‘Tito’ López, director de Radioactiva, que le

diera trabajo. ‘Listo, pero lo único es que no tengo plata y está el turno del viernes, sábado y domingo, de 8.00 p.m. a 8. 00 a.m.’, le respondió ‘Tito’.

Casale, inconforme, quería más trabajo. Entonces le asignaron ser asistente de Alejandro Villalobos (actual director de la Mega) en la parrilla semanal. Sus días transcurrían entre sacar discos, elegir cuñas y contestar el teléfono. Su autonomía se reducía a presentar la primera y última canción en el programa del fin de semana. Mientras trabajaba en la emisora, se retiró de la Sabana y empezó a estudiar mercadeo y publicidad en el Politécnico. “Entendí que el periodismo lo podía aprender en la práctica y que los periodistas no sabían a quién le estaban hablando, y que los medios de comunicación son sólo un negocio”, cuenta. Al final se graduó como técnico en publicidad.

En Radioactiva, que pertenece a Caracol Radio, tuvo la oportunidad de ver a Hernán Peláez conducir el programa deportivo ‘La Polémica’. Entretanto, su miniteca seguía creciendo. Alejandro Villalobos tenía una más grande y, según cuenta Antonio “los eventos pequeños él me los daba, y las luces viejas me las regalaba a mí.”. La miniteca se convirtió en el principal medio de subsistencia. Ya era padre y el sueldo de la radio no alcanzaba cubrir los gastos.

En 1998, mientras se disputaba el mundial de fútbol en Francia, Antonio Casale y sus compañeros Francisco Cardona y Juan Pablo Rozo eran fieles televidentes de un programa argentino de TyC Sports llamado ‘Mar de fondo’. En este espacio, los periodistas Alejandro Fantino y Gastón Recondo debatían desde su condición de hinchas. El primero, de parte de Boca Juniors, y el segundo, de River Plate. “¿Se imagina una transmisión de radio entre hinchas y para hinchas? Porque lo que hay es todo súper técnico”, se decían entre ellos. Fue así como nació el famoso Rock and Gol en Radioactiva. Solo hasta el 2000 les dieron luz verde para salir al aire. La temática consistía en hacer pequeños informes cada tres canciones y comentar los partidos de cada

fin de semana en el estadio Campín. Inconformes con el poco tiempo que tenían, en una ocasión el presidente de Caracol Radio, Carlos Gallego, se fue de vacaciones y empezaron a transmitir los partidos completos. “Cuando regresó, no nos despidió porque las primeras transmisiones habían sido un éxito”, recuerda entre risas Casale. En ese golpe de suerte y atrevimiento empezó con los deportes.

Su trabajo paralelo, entre música y deportes, lo mantuvo hasta el año 2012, cuando llegó a RCN Radio para ser director de contenidos deportivos. En la actualidad, también es panelista del programa Nexo de ESPN, narra los partidos de la Copa Davis en Win Sports y escribe una columna para el periódico el Espectador. En estos últimos años su inquietud por seguir aprendiendo no ha cesado. Hizo una capacitación en negocios deportivos con la Bundesliga, un diplomado de redacción en el periódico El Tiempo, dos cursos para periodistas con la Federación Internacional de Tenis y, finalmente, obtuvo su título de periodista en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, en alianza con el Circulo de Periodistas de Bogotá. Este reconocimiento se otorga a personas con más de 10 años de experiencia comprobada.

¿Qué particularidades tiene un periodista deportivo?

Uno no puede ser periodista deportivo o sólo de fútbol. Puede serlo, pero tiene que tener conocimientos de otras cosas. Fíjese lo bien que hicimos nosotros la mezcla de música con fútbol. Es una mezcla que está comprobada en todo el mundo y que en Colombia nadie había explorado más allá de las canciones ‘Si, sí, Colombia; si, si, Caribe’. Yo creo que nadie ha explorado eso, en los medios de comunicación, de meterle música y Rock al fútbol. Todas esas mezclas y esa versatilidad son muy importantes. Hablando en mi caso personal, eso me ha dado la posibilidad de trabajar en radio en la parte de contenidos deportivos, en programas como ‘El tren de la tarde’, que es de humor, y también en Nexo en ESPN, un programa donde no solo se habla de fútbol. Una de

las grandes carencias del periodista deportivo en Colombia es que solo sabe o de fútbol, o de ciclismo o de nada más. Muy pocos hablan de tenis, de Fórmula 1 y una cantidad de deportes que son cultura deportiva, que en un mundo cada vez más globalizado y exigente tenemos que tener. Por lo tanto, es importante contar con esa versatilidad. Por otro lado, a nosotros no nos da pena hablar de la novia de Neymar si es necesario, de las transacciones de un empresario o de la economía del fútbol, Porque entendemos que el fútbol va mucho más allá de lo que pasa en la cancha. Particularmente el fútbol es un movimiento cultural más que un deporte.

¿Qué fue lo primero que aprendió en el mundo laboral y que le hizo falta en la Universidad?

Las complejidades de los seres humanos son muy bravas. En lo musical fue muy buena onda todo. La gente le ayuda y va progresando poco a poco. En cambio, en los deportes hay una generación que hasta ahora se está yendo y de la que, muchos piensan, no tienen reemplazo todavía. Ellos hicieron su grupo, cerraron esa puerta y hasta la actualidad nadie entra. En esa época era peor, porque solo existían Caracol Radio, RCN Radio, Todelar y un par de canales que a veces ponían deportes. Todo era de ellos: eran Iván Mejía, Hernán Peláez, Carlos Antonio Vélez y, un escalón abajo, Ricardo Henao y Cesar Augusto Londoño. Ellos todavía siguen y tuvieron que pasar 20 años hasta que nuestra generación apareció. Hoy en día ya es muy distinto. Hay más oportunidades y más medios. Pero ellos se empeñaron en cerrar la puerta y en no dejar pasar a todos los nuevos por el hecho de ser nuevos. Era su manera de ser. Hoy lo entiendo, pero me costó mucho hacerlo.

Posteriormente, el rigor. En la universidad dicen que hay que ser muy rigurosos, pero hasta que no está al aire y se da cuenta de que el que queda mal es usted, no aprende eso. Por otro lado, yo tuve la fortuna de que me abrieran la puerta de Caracol, así fuera gratis y me tocará los fines de semana. Allí aprendí que le cierran 500,000 puertas en la cara y le abren una. No hay que

desfallecer en la búsqueda, y si se le abrió una puerta, así sea cubriendo judicial en Paloquemao, toca hacerle. Por último, esto es un negocio y para moverse en estas aguas hay que tener un sentido comercial. Los programas que usted hace debes pautarlos y venderlos a los comerciales. En particular los deportivos tienen que ir a las emisoras a vender ellos mismos. Hay que tener cualidades comerciales. Los ortodoxos dirán que eso va contra el contenido, pero usted debe aprender a manejarlo. Hay que tener ese equilibrio y no sé porque todavía en las universidades no hay materias enfocadas a eso.

¿Qué es lo que busca en un periodista joven que va por una vacante?

Primero, que sea buena persona. Antes se consideraba que los periodistas deportivos eran los más vagos y los que menos estudiaban. Segundo, me gusta que no sean negados para todos los deportes, que por lo menos me puedan decir algo con propiedad sobre el Tour de Francia. Que primero pongan al periodismo que al fútbol porque si sólo le gusta el fútbol, lo mejor es que se vaya a buscar una carrera como gestión deportiva o para ser técnico de fútbol. Tercero, que vea que están buscando un sello propio. Esto es una percepción personal y puedo estar equivocado, pero prefiero una persona distinta, no quiero una persona que sea una máquina repetidora de contenido porque mañana en China se inventan un robot que lea noticias y hasta ahí llegamos.

Desde su experiencia, ¿cómo ha cambiado el mundo laboral para los periodistas deportivos hasta la actualidad?

Hay una diferencia muy grande entre tuitero y periodista. Hay muchos tuiteros que están en busca de oportunidades que lo hacen muy bien, se muestran en las redes, y creo que ese es el camino. Yo entré en 1992 y sólo pude hablar en forma hasta el año 94 en un micrófono. Hoy puede hacer un podcast, un blog, canal de YouTube y su propia página. Es decir, tiene sus horas de vuelo

garantizadas. Si no le va bien, es porque usted no es tan pilo. Está el caso de Jorge 'el Patrón' Bermúdez que, con todas sus limitaciones, hace sus transmisiones de fútbol y el tipo ya gana muy bien por sus emisiones en YouTube. También están los jóvenes de Match Tennis, que montaron su página y viven de eso. Hoy hay muchas más posibilidades que antes. Pero hay una generación que no entiende muy bien eso y no le gusta esforzarse.

¿Cómo cambia de rol según el tipo de formato?

Ahora estoy enamorado de un proyecto que se llama Nexo de ESPN. Esa marca tenía puro entretenimiento y hemos tratado de cambiar su posicionamiento. Primero, hemos logrado hacer un programa con todos los deportes. Segundo, cuando hay que estar serios, pues estamos serios. Pero sin él 'Yo creo que', porque eso ya está mandado a recoger. Somos rigurosos y damos datos antes que dar una opinión y, en ese sentido, marcamos una diferencia con formatos como Saque Largo, con el debido respeto. Porque sentarse opinar lo hace cualquiera en la casa, pero está comprobado que es exitoso ver a dos periodistas pelear o debatir. Alguna vez lo hice, pero eso ya no me seduce y por eso estoy contento con lo que estamos haciendo en Nexo. Es un camino largo porque tampoco es que la gente hable en la calle a toda hora de Nexo, pero poco a poco nos vamos ganando el respeto. Tercero, es importante acudir a otros géneros periodísticos distintos de la opinión, un poco más complejos, como la crónica, como la entrevista, y cómo ponerse en los pies del deportista, que es algo que casi nadie aplica. Por ejemplo, decir que James es malo es muy fácil, pero hay que ponerse en la posición de él, no para ser porrista, pero tampoco para ser juez. Sentarse a pelear con un compañero y decir 'yo creo esto porque yo lo vi o yo no creo en esto porque yo fui futbolista'. ¿Eso en qué aporta a la discusión? En cambio, a la cultura deportiva sí le aporta, que sí tenemos un gran premio de Fórmula 1 en Roma, tengamos un corresponsal allá para que nos cuente cómo se vive ese evento, que hay detrás de la pelea entre Hamilton y Bottas, y por qué vendieron a

Williams. Si eso se cuenta bien, de manera rigurosa, formal y con su propio sello, está perfecto. El único lado donde no puedo exponer las dos cosas, porque no tengo las habilidades, es en la columna de El Espectador. No tengo la habilidad para escribir polémicamente y al siguiente párrafo ponerme serio. Eso no me salió y por eso lo hago siempre serio. Dejé la columna del Espectador para las cosas más rigurosas, de denuncia, y más científicas. En Nexo y en La jugada, soy más jocoso y serio.

¿Debe haber un equilibrio entre ese periodismo de espectáculo y el periodismo de análisis y rigurosidad?

En la universidad le hablan de rigor, de informar con seriedad, del peligro de las *fake news* pero no le dicen algo esencial. La gente ve una noticia, ve un partido de fútbol y ve una novela para entretenerse. Esto es entretenimiento. Deben tener claro que su oficio exige rigor y responsabilidad, pero esto se llama entretenimiento. Uno busca que lo complicado se lo pongan fácil, porque la vida en sí misma ya es complicada como para que se la compliquen también en los medios. Lo otro es hacer la fácil. ¿Por qué hay que decir el elenco Cafetero para referirse a la Selección Colombia? No, la Selección Colombia. Porque hay que decir desmarque de ruptura, qué es un término empleado por Osorio, cuando eso es un pase en diagonal. A todos nos pasa. Yo respeto mucho a Carlos Antonio Vélez, pero ellos surgieron cuando no había televisión. Entonces uno les creía porque en el estadio hay 30 mil personas, pero afuera hay cinco millones. Lo que ellos decían era palabra de Dios y entre más se complicara su lenguaje pues se hacía más creíble. Igual ya no van a cambiar. Yo no le voy a decir a usted que Diminic Thiem, más allá de ser campeón, fue mejor que Zverev porque usó más el slice. No, si sabe de tenis, saque sus propias conclusiones. Yo puedo dar razones: “el tiro de revés lo sacó el 70% de slice y 30% de top spin, pero saque su conclusión”. La clave en el futuro es que seamos buenos para entregar la información

suficiente para que la noticia se opine sola. Que la gente saque su conclusión y opine. Será la única forma de diferenciarnos de las personas que no son periodistas.

¿Qué les hace falta a las nuevas generaciones para superar a las generaciones pasadas del periodismo deportivo?

Voy a poner un ejemplo. Si escucho a Carlos Antonio Vélez dos minutos, estoy en desacuerdo con él los dos minutos, pero qué señor para prepararse en lo que hace. Él está 24 horas metido en su trabajo, metido en su fútbol, en sus llamadas y en sus fuentes, y lo critican y él sigue. Es decir, el nivel de frustración es muy amplio. Por otro lado, veo una generación educada de manera más consentida y eso hace que el nivel de frustración sea muy bajito. Entonces se le cierran dos puertas, se frustran y abren su propio negocio. El rigor también se ha olvidado. Se abren cinco páginas, se sacan conclusiones y se sale a decir 'Yo creo que'. Eso ya está mandado a recoger porque incluso los de la antigua generación lo patentaron en tiempos en que nadie más podía hacerlo, porque solo ellos veían los eventos. Por último, hace falta mayor esfuerzo. Hay que trabajar. Nosotros estamos en Sudamérica, no en Suiza ni en Holanda: hay que luchar.

¿Cuál es el aporte de los exdeportistas en los medios?

En los medios hay deportistas porque llevan la visión de lo que pasa en la cancha. Si comento tenis con Alejandro Falla es porque él estuvo en la Copa Davis y sabe lo que se siente. Fabián Vargas sabe lo que se siente estar en una cancha de fútbol y ese es un ángulo que no se había explorado. Ahora, ellos también tienen deberes, no tanto como comunicadores, porque tienen que capacitarse para expresarse sino para que me digan de verdad lo que se siente en la cancha y no para cubrirle la espalda a los jugadores. Está bien ponerse en los pies de los demás, pues no somos jueces de nadie, pero tampoco porristas. Hay algunos que son porristas de sus

amigos y ellos no tienen la misma formación que tenemos los periodistas para saber que eso no se hace y que hay que ser respetuosamente críticos.

¿Entre televisión, radio y prensa, cuál prefiere?

Toda la vida he sido de la radio. Para mí su magia es inigualable. En este momento he descubierto por primera vez que hacer televisión es muy chévere. Estoy encantado con un director del canal que me ha enseñado lo que no he aprendido en toda mi vida. Estoy engomado con los elementos visuales, con las gráficas, con la edición y con él porque X cosa debe ir respaldada de algo visual. Por otro lado, estoy muy decepcionado con el camino que está tomando la radio y pienso que tiene que ver con las personas que la gestionan. Es decir, con los directivos. La radio es linda, noble y se ha negado a morir. La televisión está más amenazada. Si no es por los canales deportivos, nadie la ve. La gente pone Netflix o usan Internet. Yo veo que la gente que trabaja en ESPN todos los días se reinventa e invierte económica y creativamente. En cambio, en radio invierten en unas páginas que difícilmente superarán a medios digitales como Marca o As. Deberían seguir en lo suyo, si no es radio en vivo, pues están los podcasts.

¿Cree que es necesario estudiar Comunicación Social para ser periodista deportivo?

Tendría que ser una carrera mucho más corta. Actualmente le sobra tres años. El ejercicio más aproximado de lo que debería ser la carrera es el de la Javeriana. Aunque mi hija mayor estudió en esa universidad, se fue por el lado de la publicidad y es negada en radio. No puede ser que se enfoque en una cosa y se le olvide el resto. Las ciencias humanistas tienen ese problema y es que dan la sensación de que no hay necesidad de estudiar para desempeñarlas, pero si nos queremos diferenciarnos de los tuiteros, tenemos que estudiar periodismo.

Quienes estudian comunicación para hacer periodismo deportivo, revisen bien si están enamorados del periodismo, porque lo más seguro es que les toque arrancar por otras fuentes. Yo arranqué por la música, por ejemplo. Es decir, hay que enamorarse del periodismo. Si le gustan los deportes y tiene la fortuna de dedicarse al periodismo deportivo, muy bien. Pero el periodismo es uno solo y en estos tiempos de covid se ha demostrado que saber solo de deportes no sirve de nada porque uno tiene que saber cómo está la tendencia, que dice la OMS, que dice Bill Gates y cómo avanza el desarrollo de las vacunas para, a su vez, llevarlo al desarrollo deportivo.

¿Qué cambios haría en la carrera de Comunicación Social si tuviera la posibilidad?

Sería una carrera más corta. Me basaría en el formato de la Javeriana, pero a todos los énfasis les pondría una carga de entre el 25 y 30% de sentido comercial, de administrar e incluso de contabilidad. Por otro lado, hay que hacer más énfasis en la ética, pero siendo más aterrizados a la realidad, porque no puede ser que la enfoquen en un mundo paralelo. Todos deberíamos saber que no debemos ser como Teófilo Gutiérrez, pero él es así. Lo periodistas tenemos aprender a gestionar ese tipo de informaciones y opiniones que piensa la gente. La ética no se puede enfocar en el mundo como debería ser: la ética tiene que partir del mundo que tenemos.

¿Qué deben hacer los estudiantes si la universidad no les profundiza de manera real el aspecto práctico?

Eso está en la cabeza de cada uno. Del grupo de compañeros de la Sabana el único que arrancó a trabajar y hacer cosas fui yo, y la mayoría terminó arrancando su vida laboral en el 2005 y 2006. Algunos van bien y otros no tanto. El tiempo es oro y hay que empezar por uno mismo.

¿Los idiomas son importantes en el periodismo deportivo?

Primero, que se sepan los nombres de los deportistas y los pronuncian bien. Segundo, me parece importante el inglés en un nivel medio, y si saben otro idioma está muy bien. Es cierto que cuando usted va a un mundial o a unos Juegos Olímpicos encuentra muchos idiomas, pero con el inglés se defiende bien.

Primera generación del siglo XXI

En este nuevo inicio de siglo, el boom a nivel mundial fue la expansión y el funcionamiento real y práctico del Internet. En Colombia se logró la navegación web tras un inmenso esfuerzo de las Universidad de los Andes, Universidad del Valle, Universidad Eafit y Colciencias. Según Tamayo, Delgado & Penagos (2009):

“Colombia se conecta a Internet, el 4 de junio de 1994; por medio de una señal que utiliza impsat se redirecciona desde la torre Colpatria y llega a Uniandes. A partir de este año se organiza el panorama para el desarrollo de la Internet. Uniandes, con su centro de cómputo poseedor de toda la infraestructura necesaria, monta y pone en marcha el primer Proveedor de Servicio de Internet (isp)” (p. 249)

Para el año 2000, se empezó a configurar la oferta y la demanda en nuestro país. Telecom, Isa, ETB, EPM y Emcatel fueron las primeras redes que nacieron para proveer internet. Posteriormente, se intensificó en la demanda, es decir, facilitarle mecanismos a la población para que paguen el consumo de ese servicio. Un ejemplo de ello, fue la creación de los telecentros en zonas lejanas del país que se conectaban a señales internacionales (Tamayo et al, 2009, p.253)

El periodismo deportivo ha aprovechado el internet para digitalizar sus contenidos y crear nuevos formatos para informar a la audiencia. Transmisión de eventos, videos de hecho deportivos específicos, tablas de estadísticas e infografías son algunas de las herramientas que se han utilizado. Sin embargo, también se han creado nuevos portales que no necesariamente han surgido

de la mano de la radio, la prensa y la televisión. Para Torres (2010) Internet permitió que se originaran nuevas empresas y medios deportivos como la muy conocida Futbolred, hoy propiedad de la Casa Editorial El Tiempo, pero que comenzó como independiente, o la página caleña Enlajugada.com y otras como Deportistascolombianos.com” (p. 21)

Las redes sociales también hicieron su aparición gracias al internet. En el 2004 se fundó Facebook y en el 2006 Twitter. Esta última se ha adaptado muy bien al periodismo deportivo por su alcance y su inmediatez. Un periodista puede ver un partido por tv y comentar y dar sus opiniones al mismo tiempo a través de un tuit. Según Vásquez (2019):

“Toda la comunicación que sucede en redes sociales tiene importancia y el periodista que no las tiene comienza a verse relegado. Ejemplo de esto es que periodistas de la vieja guardia como Hernán Peláez, Iván Mejía o Carlos Antonio Vélez tienen cuentas en Twitter para mantenerse vigentes en el radar del periodismo deportivo” (p. 30)

Sin embargo, la parte crítica de este panorama es cuando se cae en las *fake news*. Las redes infortunadamente permiten la replicación constante de información que al no verificarse puede generar pérdida de credibilidad en el periodista.

Los mayores logros deportivos empezaron desde el año 2000 con la primera medalla de oro para Colombia en unos Juegos Olímpicos producto de la participación de María Isabel Urrutia en el levantamiento de pesas en Sydney (Australia). Así registró Mauricio Bayona para el periódico El Tiempo la hazaña de la colombiana:

“Ruth Ogbeifo, de Nigeria, fue por los 140 kilos. Si los dejaba en el aire con sus brazos, el oro era suyo, si no, para Colombia. Y así fue. La nigeriana se quedó a mitad de camino y no pudo con tanto peso. María Isabel Urrutia, mientras tanto, se iba con el oro. A eso vino a Sydney. Y con él se devuelve para Colombia” (párr. 11)

En ciclismo la figura más importante fue Santiago Botero. Su surgimiento causó grata sorpresa pues a diferencia de los escarabajos también destacaba muy bien en las etapas planas. En el 2000 fue campeón de la montaña del Tour de Francia, en el 2002 fue campeón mundial de contrarreloj en Zolder (Bélgica) y en el 2006 fue Campeón del Dauphine Libere. Por las mujeres, se destacó María Luisa Calle en el ciclismo de pista. En el 2004 fue medalla de bronce en los juegos olímpicos de Atenas en la prueba de puntos y en el 2006 fue campeona mundial de pista en la prueba del scratch.

Finalmente, en el fútbol no podemos dejar el único y mas importante titulo en la historia de nuestro país, la Copa America de 2001. El torneo que se disputó en nuestro país no es muy bien recordado por la ola violencia que lo precedió. Así lo evocó Revista Semana:

“Hubo tomas guerrilleras durante ese año, se preveía un recrudecimiento de las acciones de las FARC y el ELN contra el Estado, y el diálogo entre las partes, para encontrar esa paz que había prometido durante su campaña el presidente Andrés Pastrana, era una opción lejana. Había demasiada tensión en un país que en pocas semanas debía ser la sede de la Copa América” (2019, párr. 4)

Las selecciones de Argentina y Canadá cancelaron su participación por motivos de seguridad mientras que Brasil jugó con un equipo suplente sin ninguna de sus figuras más importantes. A pesar de estas circunstancias, el torneo se llevó a cabo y Colombia fue campeón derrotando a México en la final y marcando un registro de 11 goles a favor y ninguno en contra en cinco partidos.

“Esto es una carrera de resistencia, no de velocidad”: Daniel Pérez

Hablar de este periodista en la actualidad es hacerlo de amores y odios. Por un lado, está su faceta versátil de presentador y, por el otro, la de panelista con estilo propio, pero con opiniones muy polémicas que generan crítica y recelo en la audiencia. Aunque despierte odios y amores, su huella ha servido para que otros colombianos trabajen en el exterior. Daniel Pérez tiene el lujo de ser el primer colombiano en llegar al canal ESPN de Argentina.

El 8 de diciembre 1979, en medio del día de las velitas y en la fría Bogotá, nació Daniel Pérez. Desde muy pequeño empezó a jugar al fútbol, primero como pasatiempo y luego como práctica o disciplina deportiva. Estudió en el Liceo Francés hasta el grado sexto de secundaria y se graduó en el ya desaparecido Gimnasio Nueva Escocia. Como tuvo la posibilidad de jugar en diferentes categorías juveniles de Millonarios, siempre soñó con ser futbolista profesional pero no lo logró. Para no alejarse de su pasión decidió matricularse en comunicación social.

Primero estudió un año en la Universidad Javeriana. “Mi hermano es javeriano y mis papás querían que yo estudiara allá”, recuerda Daniel. Sin embargo, salió de la institución porque no le gustaba el campus en esa época y le quedaba muy lejos de su casa, pues vivía al norte de la capital, sobre la calle 150. Pensando en la cercanía, optó por continuar su carrera en la Universidad de la Sabana.

En ese entonces no había ninguna materia relacionada con deportes y periodismo. “Cuando yo estudiaba, el pensum era muy genérico, muy de periodismo escrito, como siempre ha sido la Universidad de la Sabana. Pero no existía ese énfasis”, resalta Daniel. Ante esto, buscó por otros medios vincularse al deporte y en 2003 logró trabajar para Radio Santa fe, cubriendo la fuente de

Millonarios. Un año más tarde empezó su práctica como periodista deportivo en Canal Capital. Inició como asistente de producción, luego pasó a ser periodista y presentador de deportes.

En el 2005 se graduó y, gracias a su buen desempeño, siguió trabajando con Canal Capital. En el 2007 se enteró de una convocatoria de ESPN que buscaba nuevos talentos. Daniel envió su hoja de vida y fue elegido. No lo dudó un segundo, empacó maletas y viajó hacia Argentina para convertirse en el primer colombiano en trabajar en el prestigioso canal deportivo. Su estadía allí le permitió aprender con los mejores. Alejandro Coccia, Miguel Simón, Quique Wolf y Pablo Stecco son algunos de los periodistas deportivos con quienes tuvo la fortuna de trabajar. Sus principales funciones eran comentar partidos y escribir columnas, pero su principal logro fue presentar el noticiero del canal: Sportcenter. Tras su llegada, se unieron más colombianos, como Tito Puccetti, Andrés Marocco y Vanessa Palacio.

En 2011, tras cuatro años trabajando en ESPN, Daniel regresó para trabajar en RCN como comentarista del Mundial de fútbol Sub-20 que se realizó en Colombia. Ese mismo año fue contratado como profesor de la Universidad de la Sabana para dictar la clase de Narración y comentarismo deportivo, en la especialidad de Deportes de la facultad de Comunicación Social. Luego de trabajar un año y medio en RCN, fue contratado por el entonces primer canal deportivo de Colombia, Win Sports. El 24 de septiembre 2012 de septiembre hizo su primer noticiero como presentador y, tras ocho años, se mantiene en el canal. En la actualidad es panelista de programas como ‘Saque Largo’ y ‘Lo mejor de la fecha. Además, es el director de noticias del canal. También ha trabajado esporádicamente en Colmundo Radio, comentando partidos de la Copa Libertadores y Copa Sudamericana.

Sin duda alguna, Daniel ha levantado polémica por declaraciones como: “el equipo Independiente del Valle no existe” o “en la liga colombiana hay más de 8 jugadores que son

mejores que Steven Álzate”. Daniel afirma que él se atreve a decir lo que otros callan. Día a día, cuenta, trabaja con la premisa de “hoy tengo que ser mejor que ayer”.

¿Qué fue lo primero que aprendió en el mundo laboral que le hizo falta en la Universidad?

Hay algo instalado en la mente de todos los estudiantes y es que hay muchas cosas que no les van a servir para nada. Cuando terminan su carrera, lo confirman. Hay muchas materias de los pensum- no es una crítica a las facultades-, que sobran... No me refiero a las materias de historia porque esas cosas son de cultura general, le sirven a cualquier persona. Además, el periodista se nutre de la historia. Aprendí muchas cosas en la universidad que cuando llegué al mundo laboral no me servían mucho, pero aprendí otras cosas que sí son transversales a cualquier carrera; por ejemplo, la ética periodística. Esa clase en muchas facultades dura un semestre o dos, pero debería estar en todos los semestres porque la ética lo marca el derrotero de saber qué es lo que está bien. Ayuda a preservar y proteger las fuentes, entre otras cosas. Cuando empecé, cubría una práctica de unos deportistas con una grabadora, después iba y las presentaba cuando me dejaban hablar en el programa, así empezamos prácticamente todos. Aprendí que uno se tiene que preparar y estudiar. Sé que hay muchos periodistas deportivos muy buenos, de ‘vieja guardia’, que son más empíricos o estudiaron otra carrera. La diferencia en los últimos 20 años es que el periodista deportivo, aparte de especializarse en deportes, debe ser una persona que estudió. Por eso me gusta mucho cuando me llaman de una universidad para manifestarles que hay que prepararse, ser diferente a los demás.

¿Qué porcentaje de práctica y de academia requieren las personas que quieren ser periodistas deportivos en la actualidad?

Infortunadamente en la carrera del periodismo deportivo la academia y los estudios no son tan necesarios. No digo que no se deben hacer, porque al final cada uno decide qué camino tomar. Pero a diferencia de otras carreras, en que la academia y los estudios le van marcando un trayecto, un puesto, una posición en diferentes organizaciones y compañías, en el periodismo deportivo se nutre de la experiencia. La prioridad en el periodismo deportivo no es cuánto estudió, sino qué cubrió, a qué eventos ha ido, cuántos partidos ha cubierto. Una cantidad de cosas más relacionadas a la experiencia, porque este es un oficio más que una carrera, y ese oficio está ligado íntimamente al hacer, a la repetición. Es evidente que se debe tener un pregrado en comunicación o en periodismo, precisamente para tener unas bases, sobre todo a lo referido a los derechos de información, la ética, la historia, el lenguaje y la escritura. Sin embargo, al final la experiencia vale más. La hoja de vida de un ingeniero son sus estudios y su posición en una empresa, pero para el periodismo deportivo son los eventos que has cubierto.

¿Qué es lo primero que ve en un periodista joven cuando llega a buscar una vacante?

Nosotros en Win tenemos gente de todas las universidades, principalmente de la Sabana y la Javeriana. También hay gente muy buena de los Libertadores, del Externado, la Universidad Sergio Arboleda. Primero me fijo en la pasión, antes del tema académico. Advierto la pasión, porque este es un trabajo de mucha resistencia. El periodismo deportivo es ciento por ciento de resistencia: no de velocidad. Después me fijo en los otros atributos. Que le guste el tema, que haya visto el canal alguna vez para que sepa a dónde está llegando. Le doy mucha importancia a la pasión de las personas. Después, en los atributos académicos. Por último, que tenga encendida esa chispa de comerse el mundo. Eso me parece clave.

¿Cómo ha cambiado la profesión desde que empezó hasta la actualidad? ¿Cuáles son los cambios más significativos?

En estos 17 años, el cambio más importante son las redes sociales, el mundo de la tecnología y los nuevos medios. La última década ha estado marcada por la irrupción de las redes sociales. Eso puede ser muy bueno y muy malo. Infortunadamente, algunas personas creen que en las redes está la verdad absoluta y se olvidan de la esencia del periodismo, que es la reportería, la llamada. Buscar y preguntar a las fuentes. Hoy, en una sala de redacción ya no se toma un teléfono. Se lee una noticia en las redes sociales y se da por sentado que es verdad. Los periodistas no contrastan las fuentes. Ese es un mal endémico de la última generación de periodistas deportivos a raíz de la tecnología. Por otro lado, también es bueno, porque uno puede estar grabando con un celular y al mismo tiempo escribir noticias en Twitter, Facebook e Instagram, donde se propagan inmediatamente.

¿Cómo ve el panorama de los programas de espectáculo y los de análisis deportivo?

Hay que tener en cuenta los formatos. Hay unos como 'Saque largo' en los que uno tiene un rol. Se trata de un programa de roles donde uno tiene un personaje y ese personaje se debe mantener. Jamás puede irse al lado del irrespeto, ni mucho menos, pero el personaje tiene que mantenerlo porque de eso trata: para eso se creó el formato. Los otros que son más de análisis, como 'Conexión'. En este formato cada uno se hace responsable de lo que dice. El estilo es diferente porque uno es más juvenil; el otro con personas de mayor edad. Pero al final, el periodista siempre va a ser el mismo y la esencia de esto es tener la audacia y valentía de poner sobre la mesa lo que los demás no se atreven a decir, en eso está el secreto. También hay programas netamente informativos, como lo son el noticiero y otros formatos como lo mejor de la fecha, Score mundial y ciclismo entre grandes... Allí uno no toma partido, se dice lo que es y se muestran las dos o tres

partes que tiene una noticia. Todo esto produce que usted sea más versátil, una cualidad que hoy cualquier periodista deportivo debe tener. Usted no puede quedarse sólo con narrar, comentar o presentar, uno tiene que saber hacer de todo y tratar de hacerlo bien. Puede tener especialidades, porque le puede gustar más una cosa que la otra, pero al final tiene que estar en capacidad de hacer de todo.

¿Qué hacer para no hablar solo de fútbol y darles espacio con mayor constancia a otros deportes?

Eso es una discusión eterna. Lo cierto es que es muy pequeño el nicho al que le gusta otro deporte. Si uno hace una encuesta a 100 personas 90 de ellas escogen, el fútbol, la diez restantes, otros deportes. Nosotros hemos tratado de fortalecer la señal de Win Sports tradicional en ese sentido. En el noticiero les damos un espacio importante de otros deportes. Desde hace un mes tenemos un programa de ciclismo, una hora diaria con todas las carreras importantes de este fin de año. La gente siempre pide deportes diferentes al fútbol, pero cuando uno les da gusto, nadie lo ve. No se vende. La industria del periodismo deportivo y la industria de la televisión es un negocio. Uno necesita hacer productos de calidad, pero que vendan. Eso lo tengo muy claro porque me pasa cada semestre. Yo dicto la clase de narración y comentario deportivo en la Universidad de la Sabana. Cuando les preguntó a mis alumnos si quieren fútbol u otros deportes, entre el 80% y 90% me dicen fútbol. Al resto, por lo general a una o dos personas, les gusta el golf, el tenis, el automovilismo, etc. Infortunadamente, uno tiene que escoger la mayoría, porque es la que termina mandando. Además, si uno pone un programa de fútbol en un canal enfrentado a uno de debate sobre tenis, el de fútbol lo va a triturar en audiencia. Esa es la realidad, a unos les parece bien a otros no. Hay canales especializados. A quien le guste el golf, puede ver Golf Channel todo el día; al que le gusta la NBA, suscribirse NBA TV. En Win tenemos ciclismo y, en un par de

semanas, empezamos a transmitir el baloncesto profesional colombiano. Además, cubrimos automovilismo, tenemos Copa Davis de tenis y demás. Creo que hay una oferta grande y la gente tiene la posibilidad de elegir.

¿Cómo enfoca su clase de narración y comentarismo deportivo? ¿Abordan temas diferentes al fútbol?

Hace poco tuve una discusión sana con la gente de la facultad sobre el tema. Si tengo 20 personas y a una le gusta el golf, a otra el tenis y a 18 el fútbol, pues yo no puedo enfocar la clase en dos personas. Tengo que ir con la mayoría. Por eso la enfoco en fútbol. Trato de diversificar el rol de narrador, comentarista, planta baja en una transmisión de fútbol, abarcar el fútbol nacional e internacional y comentar sobre táctica para que se nutran de todo eso. Llevo diez años dictando la clase y nunca me ha pasado, pero si algún día llego y la mayoría escoge ciclismo, nos metemos de lleno en cómo se narra y comenta una carrera ciclística. La verdad, no creo que eso pase. El fútbol es la pasión en Colombia, no al nivel de Alemania, Brasil y Argentina, pero es el deporte más popular.

¿Ven temas de historia del deporte o lo ven en otra clase?

No, ese tema lo abordan en la clase de historia del deporte. Nosotros nos dedicamos a una parte práctica, que consiste en hablar de las transmisiones de fútbol, los roles del comentarista, narrador, planta baja, y conocer cómo se comenta un partido para radio y televisión. A eso nos dedicamos, no hay mucho tiempo y son sólo cuatro meses de semestre en la universidad.

¿En la clase de cubrimiento de grandes eventos deportivos a que eventos llevan a los estudiantes?

Esa clase consiste en contarles cómo se cubre un evento deportivo. No los llevamos a terreno. Es una clase teórica. Para la práctica, se llevan a una transmisión de fútbol con el fin de que conozcan

qué es una unidad móvil, dónde se ubican las cámaras y ese tipo de cosas. Obviamente son eventos muy locales; es decir, más pequeños. Pero esto les sirve a los alumnos. Van por ejemplo a un torneo de tenis, una carrera de BMX o de atletismo. Se trata de darles esas bases porque dentro de 3, 5 o 10 años van cubrir un evento grande, como una mundial, una Champions League o un torneo importante de tenis o de ciclismo.

¿Qué considera que les hace falta a las universidades para que los egresados sean más competitivos en el campo del periodismo deportivo?

Hablando desde mi facultad de comunicación social de la Universidad de Sabana, pienso que ha hecho un trabajo muy interesante. Creo que la práctica debe ser cada vez más preponderante. Los estudiantes en segundo semestre, cuando ya acaben la parte teórica, tienen que empezar a ir más a la operación en campo. En el caso de la Sabana, tenemos un plan semilla para que los estudiantes en quinto semestre empiecen a trabajar dos o tres veces a la semana. Es como si hicieran empezaran a hacer la práctica desde antes. Por lo tanto, pienso que sí ha faltado más práctica, que haya convenios con medios y con empresas, más allá de los pagos. Porque un alumno desde tercer o cuarto semestre debe empezar a conocer los medios para que así cuando entre de lleno al mundo laboral, ya tiene experiencia y una hoja de vida.

Cómo trabajaste en ESPN en Argentina ¿Qué diferencias marcadas viste del periodismo deportivo de dicho país con el nuestro?

Nos llevan unas ventajas, pero cada vez somos más competitivos y estamos mucho más cerca. Ellos son muy apasionados por el deporte desde muy pequeños. Aparte, tienen una gran oferta de canales de televisión cerrada y abierta. Hay mucha posibilidad de trabajo, muchas emisoras y varias opciones para desarrollarse y hacer práctica. Por eso dicen que la práctica hace

al maestro. En lo estructural, también nos llevan una ventaja, ya que tienen unas facultades de periodismo deportivo. Incluso una carrera en la Universidad de Palermo. Sin embargo, acá vamos creciendo más para acercarnos a ellos. Para eso hay que entregarse ciento por ciento a esta profesión. Lo lindo de esta carrera es que se hacen demasiados sacrificios. Aquí no hay familia, no hay día del padre. Es difícil, pero es una pasión, y cuando uno hace lo que le gusta y lo que ama, eso ya no es trabajo.

¿Qué ventajas le llevan a su generación periodistas como Carlos Antonio Vélez y Hernán Peláez?

Muchas ventajas más allá de la experiencia. Ellos tuvieron la posibilidad de empezar su carrera cuando les tocaba un contexto más difícil. No había un celular y aprendieron a buscar las fuentes. Iban a los lugares para entender lo que pasaba alrededor de una noticia. Segundo, son personas que formaron una opinión muy clara a lo largo de muchos años, gracias a lo cual hoy tienen mucha credibilidad. Es difícil compararse con Carlos Antonio Vélez o Iván Mejía, pero viene un relevo generacional de gente buena. He tenido la oportunidad de trabajar con ellos y son personas súper profesionales: llegan siempre temprano, son entregados, rigurosos y detallistas. Hay algunos nuevos que se acostaron como estudiantes y se quieren levantar como comentaristas. No es así. Esto es una carrera de resistencia, no de velocidad, hay que hacer un camino de atrás hacia adelante, con pasos firmes para poder llegar.

Un consejo para las nuevas generaciones de periodistas deportivos...

No tragar entero nunca, siempre tener criterio, escuchar a todas las partes para formarse un criterio. Eso es lo más importante.

La generación Alfa del periodismo deportivo

Desde el 2010, el evento deportivo más importante fue el regreso a un mundial luego de 16 años y la mejor participación de Colombia de la historia. En la cita de Brasil 2014, la ‘tricolor’ se clasificó por primera vez a los cuartos de final. James fue el goleador del torneo con seis goles. Así fue como Semana registró el golazo que le anotó a Uruguay en octavos de final:

Recibió de espaldas al marco y lo durmió con el pecho. Su mirada no estaba sobre el Brazuca, sino clavada en el arco de Fernando Muslera. Giró y disparó un zurdazo de volea, que rebotó en el travesaño antes de besar la malla celeste. Un gol de video juego, de comercial de guayos, de pura leyenda, de esos que le dan su verdadero sentido a la palabra fútbol. (2010, párr.2)

En el 2016, la celebración fue cortesía de Atlético Nacional, que logró el tercer título de la Copa Libertadores para el país. Dos años después Colombia también jugó el mundial de Rusia, pero no mantuvo el nivel mostrado en Brasil y salió en octavos de final en la definición desde el punto penal frente a Inglaterra.

En materia olímpica, también se vivieron las mejores representaciones de la historia. En Londres 2012 se consiguieron ocho medallas (cuatro de bronce, tres de plata y una de oro). La más importante fue el triunfo de Mariana Pajón en el BMX, ya que fue la segunda presea dorada en la historia de Colombia en este evento.

En Rio 2016, a pesar de que se obtuvieron las mismas ocho medallas, esta vez fueron tres de oro: Catherine Ibarguen en el salto triple, Oscar Figueroa en levantamiento de pesas y Mariana Pajón de nuevo en BMX subieron a lo más alto del podio para entonar el himno nacional.

En ciclismo se han conseguido los triunfos más importantes en la historia de Colombia. Nairo Quintana ha sido el gran referente. En el 2014 ganó el Giro de Italia, convirtiéndose en el primer campeón latinoamericano de esta carrera. Su compatriota Rigoberto Uran ocupó la segunda posición. Entre el 2012 y 2016, Quintana libró batallas épicas contra el británico Christopher Froome en el Tour de Francia; sin embargo, solo alcanzó la segunda posición en dos ocasiones. Su talento despertó de nuevo la fiebre por el ciclismo y permitió a muchos colombianos llegar a equipos de alto nivel.

En julio 2019, Egan Bernal logró la gesta más importante en la historia del ciclismo colombiano: ganar el Tour de Francia. A pesar de que asistió como gregario de Geraint Thomas en el equipo del Ineos, aprovechó las circunstancias de carrera para llevar la carrera y alzar los brazos en Paris. Así enmarcó Mauricio Rengifo (2019) su gesta:

“Ese día, ese 26 de julio, quedará marcado para la historia del ciclismo y del deporte colombiano. Bernal saltó del lote a 44 kilómetros de la llegada y nadie le pudo seguir la rueda. Reventó a sus rivales. Dejó con la lengua afuera al líder, al francés Julian Alaphilippe, y se fue en busca de la camiseta amarilla” (párr. 5)

Por otro lado, en Colombia el mayor cambio en el periodismo deportivo después del año 2010 fue la creación y consolidación de un canal de televisión ciento por ciento colombiano dedicado a los deportes. El 29 de noviembre de 2012 se hizo la primera transmisión oficial de Win

Sports. Hasta ese momento, había existido el canal FPC, que se limitaba a transmitir los partidos del fútbol colombiano. Según la revista Dinero (2012):

“La Dimayor cambió la metodología para cobrar por los derechos de transmisión del torneo, pidiendo una cuota por cada suscriptor y no un precio fijo. Esto obligo a que Telmex, Une y Telefónica, que habían tenido los derechos de transmisión hasta ese momento, los perdieran” (párr. 6)

El grupo RCN y Directv se asociaron y crearon Win Sports. Este canal adquirió los derechos de televisión del fútbol profesional colombiano por 10 años, es decir, hasta el 2022. A diferencia del antiguo canal, este ofreció una programación de 24 horas con toda la información deportiva a nivel nacional. El portal Newline Report (2012) publicó:

“El nuevo canal colombiano de deportes, que empezó a operar a través de su señal de prueba el pasado lunes 17 de septiembre, cuenta con gran talento del periodismo deportivo del país, como César Augusto Londoño, Carlos Antonio Vélez, Iván Mejía, Diego Rueda, Wbeimar Muñoz, Andrea Guerrero, Juan F. Cadavid, Daniel Pérez, Alejandra Buitrago, Daniel Tilger y Julián Téllez, entre otros” (párr. 2)

Además, el canal no se enfocó solo en el fútbol, sino que también transmitió eventos como la Liga Profesional de Baloncesto Direct Tv y la Liga Argos Futsal. Más allá de Win Noticias, el canal contó desde un principio para todo tipo de periodistas y para todo tipo de público.

“Entre los destacados de programación se encuentran *KickOff*, un magazín informativo matutino donde se aborda toda la actualidad deportiva y temas de interés general con un estilo ameno y cordial; *Saque largo*, un escenario distendido y juvenil para hablar de deportes; *Desparchados*, con énfasis en lo "light", y *Campeones*, un programa dirigido a niños y jóvenes durante los fines de semana. Estos se unen a otros espacios que

existen de meses atrás y se han ido posicionando como *Acceso* (perfiles de vida), *Conexión deportes* (análisis, debate y opinión)” (Newslite Report, 2012, párr. 3)

Durante tres años Win Sports estuvo disponible para Direct Tv, SuperCable, Comutv, Emcali, Cable Bello y TV Sur, pero en el 2014 lanzó su plataforma online para que los usuarios pudieran disfrutar del canal a través de internet por una suscripción de 16.500 pesos. Un año después, con el objetivo de llegar a más gente se alirón con Claro, TigoUne y Movistar. Según Semana, esta fue la razón para unirse a esos tres cables operadores;

“El *rating* de los partidos del fútbol profesional colombiano no era satisfactorio. A pesar del esfuerzo que hizo el canal y los acuerdos que realizó con operadores grandes como ETB y pequeñas aglomeraciones de cableoperadores en el país, las cifras de televidentes no eran suficientes”. (2015, párr. 6)

Tras cinco años de transmisión abierta, el canal creó su canal Premium, llamado Win Sports+. Esto generó una avalancha de críticas porque a pesar de que mantuvieron la señal básica, los partidos son transmitidos por el nuevo canal que en un principio costó 29.900 al mes pero que a raíz de la pandemia se redujo a 23.900. Así lo presentó Win Sports (2020):

“En el nuevo canal del Fútbol Colombiano descubrirán un nuevo sistema que permite hacer un análisis exhaustivo del fútbol, con la creación de piezas impactantes con recursos de última tecnología. Además, los diferentes programas tendrán nuevas figuras con un matiz distinto y de alto nivel. Los partidos de fútbol a nivel nacional e internacional se transmitirán sin interrupciones de termino comercial. Win Sports + contará con el master más moderno de Latinoamérica, en el que encontrarán la mejor parrilla de programación” (párr 1)

Win Sports ha sido determinante en el campo del periodismo deportivo. A continuación, conoceremos a dos talentos juveniles del canal que representan a la nueva camada de periodistas y que, con su corta experiencia, sirven como punto de referencia para analizar cómo ha evolucionado las dinámicas del oficio en comparación con las generaciones pasadas.

“En comunicación debe ser obligatorio graduarse mínimo con tres o cuatro idiomas”: Santiago Gómez Schrader

Fallar un gol en el último minuto de una final, no le arrebató su amor por el fútbol. Ocurrió en la final de la Copa AACBI, el torneo de Colegios Internacionales del país. Su equipo el English School, perdía por un tanto de diferencia. En el minuto 87 el balón llegó a sus pies, Santiago disparó, pero falló. “Me perdí el gol del empate a tres metros del arco”, cuenta hoy este joven nacido en Medellín en 1995 que construye una prometedora carrera como periodista deportivo en el canal Win Sports.

Su amor por todos los deportes lo han llevado a marcar diferencia frente a otros periodistas deportivos de su generación. Con dos años de experiencia en el canal, hoy ya tiene su propia sección llamada ‘Conociendo a’ en el programa matutino ‘Primer Toque’.

Desde muy pequeño, Santiago empezó practicar varios deportes, pero el baloncesto, el fútbol y el ultimate (disco volador o frisbee) fueron las disciplinas en las que más destacó. Se mudó a Bogotá y allí ingresó a The English School, un destacado colegio con enseñanza internacional en idiomas como el inglés y el francés.

En el 2013 se graduó del colegio y decidió estudiar comunicación social para no alejarse de los deportes. Su principal razón fueron muchos problemas de salud que le impidieron concretar

su sueño de ser deportista. “Tengo pubalgia, tengo tendinitis en ambas rodillas y una reconstrucción, una artroplastia de rótula en la pierna izquierda”, dice Santiago sobre su historial médico. Tuvo la posibilidad de estudiar periodismo deportivo en la Universidad de Palermo en Argentina, pero pudo más su amor por el fútbol colombiano y se quedó en el país.

Santiago se enamoró del campus de la Universidad de la Sabana y de su pensum, que incluía la especialidad en deportes. Empezó a estudiar allí en julio del 2014, justo después del mundial de fútbol de Brasil. En tercer semestre se unió a trabajar con su profesor Mauricio Tamayo en la revista M3 y se fue apasionando por lo cultural. A mitad de carrera desechó su sueño de ser periodista deportivo. “Tenía miedo en el campo, tenía susto de no llegar, de no tocar las puertas” recuerda Santiago sobre esos momentos de frustración. Su único amigo de la universidad tenía una banda de rock llamada la ‘La sociedad de la sombrilla’ y le fascinó todo lo que rodeaba este género musical.

En séptimo semestre llegó la hora de escoger dos profundizaciones. Santiago se decidió por el periodismo cultural y la comunicación política. Terminó sus materias y empezó a buscar un medio para realizar su práctica. Radionica, Radioactiva y Rolling Stone fueron algunos medios a los que se postuló. Sin embargo, también envió su hoja de vida Win Sports, como él dice: “literalmente por pegar un tiro al aire”. Para sorpresa suya, esa frustración que alguna vez sintió por ser periodista deportivo desapareció. El canal lo eligió.

Después del mundial de Rusia de 2018, empezó su práctica en Win Sports, pero se fracturó una pierna y tuvo que aplazarla. Solo hasta junio de 2019 pudo culminar este proceso. Santiago se desempeñó muy bien y el canal lo contrató formalmente para que siguiera trabajando. En su corta carrera ya ha vivido momentos emocionantes, como el clásico entre Millonarios y Santa Fe en marzo de 2020, partido que contó con la presencia de las leyendas del Barcelona FC. “Le di la

mano a estrellas como Juan Pablo Sorin, Carles Puyol y Rivaldo. No lo podía creer”. Así recuerda Santiago la que quizás sea la mejor experiencia que ha tenido. Hoy hace parte del programa ‘Primer Toque’, que se emite de lunes a viernes a las ocho de la mañana. En este espacio, por lo general los lunes, Santiago sale al aire con una sección bautizada como ‘Conociendo a”, en la que en poco más de cinco minutos los propios deportistas cuentan detalles de su vida deportiva y personal. A pesar de que no se ha podido graduar por cuestiones de trabajo, poco a poco este joven de 25 años va dando pasos para alcanzar su objetivo: “contar la historia de aquellos que sí lograron lo que él no pudo: triunfar como deportistas profesionales”.

¿Qué cree que le falta a la universidad para que los periodistas deportivos sean más competitivos en el mundo laboral?

Siento que en la carrera de comunicación social uno ya sabe el énfasis que quiere escoger desde tercer semestre. De hecho, desde antes. La verdad es que hay mucha teoría y muy poca práctica. Todas las universidades carecen de fondo en términos prácticos y se enfocan mucho en lo académico. Claro, tener formación académica es importante, más allá también de tener formación personal de virtudes y valores, como los da la Javeriana y la Sabana.

Desde tercer semestre uno debería ligarse, no debería terminar viendo deontología. Es una materia importante en los primeros semestres, pero cuando uno sabe desde su formación personal que está bien actualizado y organizado, lo que necesita es conocimiento respecto de cómo se maneja el mundo de la televisión, cómo se maneja un máster de radio, cómo se maneja un máster de televisión, cómo se maneja la prensa. En ese orden de ideas, es importante saber estudiar esos espacios. Yo, por ejemplo, les pregunto muchas veces a los estudiantes recién llegados: “¿usted

sabe que es una Fly?” “¿Qué es una movi?” ¿Sabe por dónde se levanta una señal de televisión? ¿Cómo se redacta una continuidad de televisión? Y no tienen ni idea. Sí sintonizas Win, hay una parte de abajo a la que todo el mundo le dice banner. En lenguaje universal eso se llama un crédito y es lo primero que hace una persona cuando llega a un canal. Cuando deben redactar créditos, una tarea inmediata que se hace cuando las noticias son de última hora, tienen problemas de redacción y de precisión a la hora de escribir el crédito. A mí me pasó.

¿Qué fue lo primero que aprendió en el mundo laboral que le hizo falta en la universidad?

Todo. La verdad cuando entré a trabajar, estaba en ceros. Es muy triste porque usted llega al canal y lo único que sabe es redactar. Sinceramente, eso es lo que le enseñaron en la universidad: a redactar. Pero lo primero que la gente tiene que saber es que el primer cargo de un periodista hoy en día es el de asistente de producción. Asistente en todos lados: en radio, en televisión y en prensa. Cuando le empiezan a dar más importancia, porque entrega unas noticias y cosas diferentes en términos de periodismo, se empiezan abrir ciertas puertas. Pero para eso hay que recoger muchos conocimientos que únicamente se aprenden alrededor de la práctica. Las universidades deberían contactar a los estudiantes con los medios de comunicación desde tercer semestre, con el propósito de que conozcan y sepan de lo que se está hablando al momento de llegar a un canal.

¿Cree que fue necesario estudiar comunicación Social para llegar a dónde está?

Es necesario. El bagaje, sobre todo por temas de redacción, pues en el colegio a muy poca gente le enseñan a redactar. Pero digamos que la corrección en redacción se puede hacer a través del tiempo, una persona puede redactar bien a los 21 años, después de los estudios universitarios. Mi hermano tiene 27 años y no sabe escribir, pero porque él estudia ingeniería mecánica y biomédica, pero de todas maneras necesita redacción. Voy a ser muy franco, hoy en día no se necesita estudiar

periodismo deportivo para poder llegar al trabajo de periodista deportivo porque realmente la carrera de comunicación social y periodismo no le está enseñando, o por lo menos a mí nunca me enseñó, esas bases de producción que sí necesita un canal de televisión. Tuve programa de radio en la Sabana y participé en dos. Allí aprendí a manejar un máster de radio. Realmente no se necesita estudiar comunicación social y periodismo para llegar a un canal de televisión y ser periodista deportivo. Además, acordémonos de que en el 98 nuestro presidente Andrés Pastrana nos quitó la tarjeta profesional.

Lo que más se necesita para ser periodista deportivo son fuentes. ¿Cómo manejas esas fuentes? ¿Cómo te acercas a las personas? Es más, es importante conocer las bases del periodismo en términos de manejo de la verdad, moral y ética. Filosóficamente hablando, eso es lo más relevante e importante sobre los periodistas. El manejo de la verdad, de las fuentes y del derecho, sobre todo en términos de publicación. Toda esta teoría es bastante importante, pero de qué le sirve hablar de la aguja hipodérmica hoy en día. Se debería hablar de teoría en comunicación una vez en una sola materia.

Hay muchos estudiantes que llegan al campo del periodismo deportivo pensando solo en fútbol. Es el deporte más conocido en Colombia. Pero el que diga que este es un país futbolero, está equivocado. De lo contrario el equipo Patriotas llenaría un estadio. Por eso es importante reconocer diferentes ámbitos del periodismo deportivo y eso no lo hacen en la universidad. Por ejemplo, en la profundización de periodismo deportivo no comentan un Tour de Francia, un mundial de rugby, un US Open. Comentan fútbol y pare de contar. Entonces al periodista deportivo solo se le relaciona con fútbol.

Debería existir una forma de alinear los factores pedagógicos para que una persona tenga la capacidad de discernimiento y decisión a la hora escoger su profundización desde temprano. Así

educamos a las personas para que sean conscientes en las decisiones que toman alrededor de sus caracteres profesionales. Aliarse en términos pedagógicos con la escuela de periodismo de El Tiempo, aliarse con Win Sports, propuestas de valor que le den a estas personas más conocimiento.

¿Qué tan importantes son los idiomas para el periodista deportivo?

Para mí, en comunicación debe ser obligatorio graduarse mínimo con tres o cuatro idiomas, entre esos inglés, francés y portugués. Hoy en día, en competencias como el Tour de Francia, muchas notas llegan en francés, los canales no tienen traductores y el comunicador es todero. En mi caso particular, hablo inglés, portugués, italiano y francés. Esa es la ventaja que tengo con respecto a algunos compañeros del canal. Fue la clave para mantenerme dentro del canal, ya que me facilitan hacer entrevistas con distintos personajes a nivel mundial. Si uno logra conseguir un personaje de Francia, lograr comunicarse con él en francés para que se le facilite la transmisión de la información. Si la persona va a salir en vivo y no tienen traductor simultáneo y el personaje puede hablar en español, pues muchísimo mejor. Si no, sería importante tener en cada set o en cada programa a una persona que pueda traducir en vivo y al aire. Apuntarle a eso es importante. Y no lo hacen las carreras de comunicación. Yo veía inglés sólo en una clase llamada convergencia multimedial y el contenido de la materia en inglés era irrelevante.

La gente ha criticado mucho a Win Sports por su canal premium. ¿Qué visión tiene sobre el panorama de los derechos televisión de los eventos deportivos en Colombia?

Cuando las personas critican el caso del Canal Premium de Win Sports, que ha estado de moda este año, tiene que saber que en los mismos estadios hay que aguantar unas experiencias durísimas con las personas: gente que le escupe a uno, que lo trata mal, que le grita cosas horribles. Uno solo está tratando de hacer bien su trabajo. Es importante que la gente sepa cómo informarse porque

hoy en día cualquiera ve una información en Facebook, en Twitter o cualquier web sin saber de dónde viene, si es o no real. Incluso en otras carreras también deberían enseñar manejo de fuentes porque hay personas que le creen más a un meme que a un medio de comunicación. Nosotros defendemos el canal Premium porque trabajamos en Win y conocemos la falta de competitividad que tiene el fútbol a nivel internacional, y ese dinero va para los equipos. Eso lo argumento a todo el mundo; sin embargo, le creen más a Twitter y creen que me estoy ganando esa plata, pero no, es porque sabemos la necesidad de inyección de capital que tiene el mundo del fútbol.

Cuando usted quiere tomar café, tiene que comprar café; si quiere ver fútbol, usted tiene que comprar fútbol. ¿Por qué la NBA es tan grande en Estados Unidos? La gente tiene que comprar canales Premium para para ver NBA. ¿Por qué la NHL es tan grande en Estados Unidos? Le estoy hablando de hockey, porque tienen que pagar esos programas y son programas independientes. ¿Por qué es tan grande la NFL? Por lo mismo ¿la MLS? por lo mismo, y estoy hablando de un fútbol mucho más competitivo que el nuestro, así la gente diga que no. En Argentina hay un canal Premium y la información está muy bien democratizada, otra cosa es que no puedan ver programas en vivos, allá la gente es consciente que tiene que adquirir un producto que le están vendiendo para poder verlo. La información le va a llegar a la gente, pero cuando son eventos en vivo, eso es un producto y para que este sea de calidad y sea competitivo a nivel mundial, hay que generar ingresos.

¿Cómo fue ese proceso de contratación en Win a pesar de que no se ha graduado en Comunicación?

Algo que me sirvió mucho fue la práctica, conocimiento empírico e histórico de fuentes. Es vital tener tus propias fuentes. Eso es algo que la universidad no enseña. La universidad no le dice escríbale a Héctor, que trabaja con la prensa de la federación, para que le ayude con las entrevistas;

escribale a Harvey que él es el jefe de prensa de la Federación Colombiana de Rugby. Tampoco enseña cómo acceder a los jefes de prensa en distintos campos para el acceso a la información. Porque las redes sociales sirven para publicar, pero hay cosas que se ganan con sudor: una primicia, una noticia de última hora, se ganan con fuentes. Antes del nombramiento del presidente de la Dimayor, Fernando Jaramillo, Win tuvo la primicia. ¿Por qué? Porque hay personas dentro del canal que tienen cercanía con el nuevo presidente de la Dimayor. La gente va a decir "es que son influencias". No, no son influencias. Una de las virtudes del buen periodista es dialogar frecuentemente con las fuentes que ha construido. Y no es solo tratarlas como fuentes, sino como personas. Porque estas personas también le están abriendo las puertas de su vida, mientras que usted no le ha contado nada de la suya.

Hoy por hoy, tengo una sección cada ocho días en primer toque que se llama "Conociendo a". La idea es buscar distintos deportistas y conocer ciertos datos de su vida, pero que lo digan en vivo. Ahora, manejar esas fuentes siempre ha sido una ventaja porque soy una persona muy sociable. Es muy fácil conversar cuando tú eres abierto a escuchar. La gente escucha para responder y el valor que debe tener un periodista es hacer lo mismo para entender. Por ejemplo, hace poco entrevisté a Mender García. Él nació en Tumaco y en febrero se lo comieron vivo por lo del pre olímpico y uno no sabe lo que ha tenido que atravesar una persona para llegar a ser futbolista profesional. Hay gente que desde la comodidad de la silla lanza madrazos en redes sociales y trata mal a las personas. Un caso parecido es Stefan Medina o James Rodríguez, que no hablan con prensa colombiana, lo mismo que Freddy Guarín. Es muy duro saber que tiene más acceso un motivador a James Rodríguez que un periodista. Manejar estas fuentes y tenerlas de primera mano es vital. Puedo decirte que en mi celular tengo hasta el número de Vicente del Bosque. Manejar esas fuentes se debe hacer con mucho cariño, porque uno no puede andar regando los teléfonos por ahí.

Por otro lado, también se debe separar amistad de profesión con las fuentes. Eso se da en el periodismo y que no enseñan, que tampoco especifican ¿cómo manejar una fuente? ¿Cómo hablarle a un invitado? ¿Cómo hablarle a una persona que puedes considerar tu amigo? Por ejemplo, soy muy amigo de Karim Gorayeb, hoy en día gerente Deportivo del Cali. Ese tipo de fuentes son las que ayudan de primera mano a tener ese lugar distintivo de los periodistas. Hace poco en el canal salió una entrevista con Alexandro del Piero y también tuvimos a Arturo Vidal. Por llegar a esos sitios y llegar a esas personas es muy conocido nuestro programa 'Primer toque'. Es importante tener, saber manejar y llegar a esas fuentes.

¿Cuál es su percepción del espectáculo en los programas deportivos?

La televisión necesita tener entretenimiento. Eso ocurre en Fútbol Total, un programa debate basado ciento por ciento en opiniones, en el que existe una disuasión de percepciones y, por esa disuasión, se prende la chispa. Es hermoso tener ese espacio donde la gente también pueda opinar y pueda decir cosas estúpidas. Hay gente que manda las notas de voz y dicen fácilmente que Teófilo Gutiérrez es mejor delantero que Falcao García. Son ese tipo de posibilidades que dan esos espacios de entretenimiento. Ahí es cuando uno entiende que la gente no se debe informar por un programa de 'Saque Largo', sino por un noticiero, por un magazine, porque Saque Largo no es un medio de información sino un programa de entretenimiento.

¿Cómo ve esa balanza entre programas de espectáculo y análisis de datos?

Los panelistas de Conexión son personas mucho más preparadas, en términos de espectáculo, ahí no van a poner a Messi con una camiseta del Bucaramanga. Eso puede pasar en 'Saqué Largo' porque es entretenimiento, pero en 'Conexión' no, porque ese es un espacio informativo y las personas que están en ese programa son vistos por la gente y por el mundo del periodismo en

Colombia como autoridades del deporte, por ejemplo, Cesar Augusto Londoño, Gabriel Meluk, Diego Rueda y Oscar Rentería. Son personas con muchos años de recorrido y realmente tienen un manejo de fuentes muy sólida y por eso es el programa que más genera en el canal a nivel de audiencia. En general, el resto de los programas son informativos y a raíz de la pandemia existieron una serie de problemáticas que hicieron que salieran del aire programas como ‘Saqué Largo Teens’. Ese es un programa pedagógico que la gente crítica, pero porque no entiende que es un espacio de entretenimiento para que lo vean los niños y jóvenes.

“Al final, la competitividad depende de uno mismo”: Laura Bernal

Su nombre aún no es conocido ni referenciado. Sin embargo, a sus 25 años, Laura Bernal Barbosa forma parte del talento joven del canal Win Sports y se proyecta como una de las periodistas con más capacidades y futuro del medio.

Hija de un fervoroso aficionado del deporte, desde los tres años, empezó a practicar tenis y natación. A medida que fue creciendo, también incluyó disciplinas como el patinaje y, sobre todo el fútbol. Este último deporte la cautivó y a los 13 años ingresó a su primer club. Su nivel fue en ascenso. Alcanzó a estar en la Liga de Bogotá y en una selección sub 15 de Colombia.

Laura terminó el bachillerato y tenía dudas para dar el siguiente paso. A pesar de que tuvo la oportunidad de estudiar en Estados Unidos a través de una beca deportiva y dedicarse por completo al fútbol, ella no quería ese camino. “El tema de pasar a jugar fútbol semiprofesional o aficionado a profesional era un paso que yo no sentía cómo mi objetivo o estilo de vida”, dice. Sin embargo, a la hora de escoger cual carrera estudiar, su única certeza era que le gustaba el deporte.

Los fines de semana veía partidos de tenis y programas deportivos. En esa época estuvo muy de moda la periodista Andrea Guerrero y a Laura le encantó su labor. “Qué chévere poder vivir de eso, de estar en un Mundial, hacer unos cubrimientos y hacer planta baja en un partido de fútbol”, pensaba en ese momento. Al poco tiempo confirmó su intención de estudiar Comunicación Social, pues un familiar que es periodista le comentó que ella tenía muy buen perfil para la profesión.

Tras pasar los exámenes de la Universidad Javeriana y la Sabana, Laura se decidió por la primera. La historia de la facultad de Comunicación y su imponente cancha de fútbol la convencieron de elegir dicha institución. Se fue a vivir un año a Francia para aprender francés y reservó su cupo universitario. Finalmente, en el 2014 empezó a estudiar comunicación social.

Desde primer semestre, Laura empezó a trabajar en medios digitales deportivos para no alejarse de su pasión. Fútbol en Tacones fue el programa que le abrió las puertas para ganar experiencia. En esta página, enfocada al balompié femenino, hizo varias notas y entrevistas a las jugadoras de la Selección Colombia que disputaron el Mundial de Canadá en el 2015. Sin embargo, como era de un corte más de entretenimiento y poco periodismo, al poco tiempo salió y ese mismo año se unió al portal Fútbol Femenino Colombiano. Allí tuvo la oportunidad de compartir con el periodista de Caracol Radio José Alberto Ortiz y realizó cubrimientos en la Copa Libertadores Femenina y el Ponyfútbol. “Ese trabajo de campo que hice desde primer semestre me ayudó mucho a complementar mi perfil profesional con lo teórico”, resalta Laura sobre esa experiencia que le ayudó a que la academia y la práctica se armonizaran en su carrera.

En materia deportiva, solo cursó Radio deportiva, ya que la clase de fútbol y política nunca la pudo inscribir pues se le cruzaba con otras materias del pensum. Su curiosidad por la radio la llevó a unirse al programa ‘Camerino Local’ de Radiandoweb, la emisora digital de la Universidad Javeriana. En este espacio hablaba junto a sus compañeros sobre el fútbol local y los futbolistas

colombianos en el exterior. Luego creó el programa 90+5, en el que debatían sobre el fútbol internacional con ligas como la Seria A, la Premier League y la Copa Libertadores. Solo pudo estar un semestre, pues el horario interfería con sus entrenamientos con el equipo de la universidad, en el que jugaba como la número 10.

Después de su paso por los medios dedicados al fútbol femenino, logró unirse a un portal web llamado 'Toque Sports'. Llegó gracias a iniciativa propia, pues tenía una buena amistad con una periodista barranquillera que trabajaba en el medio y le propuso expandirlo a Bogotá para que se convirtiera en la corresponsal de la capital. La aceptaron y la acreditaron con Dimayor para cubrir el fútbol colombiano.

En esta etapa, con Toque Sports aprendió a ser 'todera', porque solo asistía ella y debía hacer de todo. "Aprendí no sólo a pararme en la cámara y hacer el informe sino también a meterme en la zona mixta, después ir a la rueda de prensa y poner el micrófono en la mesa, el trípode y conectar", recuerda Laura. En un partido de la Equidad, en el estadio de Techo, gracias a otro colega, conoció a Eder Torres, director de la franja de noticias en Win Sports. Se lo presentaron, ella lo saludó y siguió cubriendo.

En febrero de 2018, siguió a Eder en Twitter. En esta red social subía todos los informes que hacía para 'Toque Sports'. En abril, Eder la llamó y le comentó que le gustaba mucho su trabajo, que él buscaba talentos nuevos y la invitó a postularse para una vacante en el canal. Ese mismo mes presentó una entrevista y un casting, pero pasaron dos meses y no la llamaron. A finales de julio, mientras se disputaba el mundial de Rusia de 2018, Eder la llamó para avisarle que había sido seleccionada. Fue así como en apenas ocho semestres de carrera, pero con experiencia en cubrimientos, se ganó un puesto en Win Sports.

Al ingresar al canal, su primer trabajo consistió en hacer piezas periodísticas para la franja informativa y reportería en diferentes eventos deportivos. Luego de dos años trabajando y estudiando, terminó su tesis y se graduó en marzo de 2020 como comunicadora social con énfasis en periodismo. En la actualidad, es periodista en sala del noticiero y hace piezas periodísticas para programas como ‘Lo mejor de la fecha’, ‘Score Mundial’ y ‘Ciclismo entre grandes’. Desde hace poco presenta el noticiero de la señal básica de Win Sports y es panelista del proyecto web llamado ‘El Lado B’, en el que, de manera juvenil y espontánea, analizan el fútbol de la segunda división del país. Así, paso a paso, Laura ha construido su camino en lo que ella alguna vez calificó como “una decisión que se forjó por la pasión por el deporte y no como un sueño de ser periodista”.

¿Qué aspectos positivos y negativos observó de la clase de Radio Deportiva que cursó?

A mí me gustó muchísimo. Claudia Hernández es una profesora que desde el principio centra al estudiante en el mundo laboral real. Me refiero a la puntualidad, las fuentes, buscar entrevistas apropiadas y tener ese conocimiento más allá de lo básico de un deporte, no solo del fútbol sino también de atletismo, de tenis, etc. También trabajar con fuentes con las que no está acostumbrado, ya que en la clase nos dividíamos por fuentes y no sólo era fútbol. La persona que le correspondía fútbol era la persona a la que menos le gustaba el fútbol, con el fin de que todos tuviéramos la oportunidad de conocer otros deportes y no estuvieran dentro de nuestra zona de confort. Eso me gustó mucho, aunque a mí todos los deportes me encantan. No había tenido mucho acercamiento con el patinaje, la fuente que yo cubrí en esa clase. A mí me gusta mucho el patinaje, yo lo practiqué, pero no tenía ese contacto directo, entonces esa clase me ayudó mucho a pensar: “¿qué está pensando que hoy en día con el patinaje?”. El trabajo final me gustó bastante. Se basaba en hacer un cubrimiento de un partido de fútbol, con lo que implica una transmisión de radio deportiva de un partido de fútbol: el narrador, el comentarista, la voz comercial, reporteros en planta baja.

En ese momento, como yo estaba en cuarto semestre, no había tenido ningún acercamiento a cómo se hacía una transmisión de radio o cómo era la realidad dentro de una emisora. Creo que esa clase me ayudó mucho para abrir ese conocimiento. Me encantaría qué hubiese muchas más clases de este tipo en la Javeriana en la parte de periodismo deportivo, porque hoy solo hay dos.

¿Qué otro deporte, además de fútbol, le gustaba cubrir antes de cursar la clase de radio deportiva?

No sólo me gusta cubrir fútbol sino todos los deportes. Yo quería profundizar en eso, poder cambiar esa mentalidad de que sólo el fútbol sirve para ser un periodista deportivo importante, reconocido o con una trayectoria. Porque al final quienes van a los mundiales, a una copa América, una Eurocopa o eventos de esta clase, son quienes llegaron a lo máximo de su profesión. Pero cubrir un US Open, un Roland Garros, un Australian Open, un mundial de patinaje, un mundial de atletismo, la Liga Diamante o un Tour de Francia también es muy importante. Me sentía fuerte en varios deportes porque al practicarlos se tiene conocimiento de las reglas, de los movimientos, de todo esto de entender el juego. Además, en el colegio estaba en el equipo de voleibol, de baloncesto, tenis de mesa, fútbol y atletismo. También tengo la ventaja de tener familia en Estados Unidos. Casi todos los años viajaba a Estados Unidos y también estaba muy cerca al béisbol, al fútbol americano.

¿Qué fue lo más importante que aprendió en los dos programas radiales de la universidad?

Era más relajados en cuanto al tema periodístico. Se analizaban más los programas de opinión y lo que estaba sucediendo en el contexto de los campeonatos, ya fuera de la liga local con Camerino Local o las ligas europeas con 90+5. Ahí se gana la confianza de tomar un micrófono y decir lo que usted piensa, plantear sus argumentos y su criterio periodístico, que también es muy importante para la vida real. Eso fue lo más importante de esos dos programas, que le dan la

posibilidad de conocerse así mismo. Cómo plantear argumentos y cómo desenvolverse en un debate quitan la pena de estar frente al micrófono y en la cámara.

¿Qué fue lo primero que aprendió en el mundo laboral que le hizo falta en la Universidad?

Cuando entré, ya tenía mucho recorrido trabajando desde primer semestre con muchas cosas. De pronto las dinámicas y el correr del día a día de un noticiero, que es muy agitado, porque todo pasa muy rápido y tienes que acostumbrarte a trabajar sí o sí bajo presión. Se está acostumbrado a hacer las cosas con calma, escribir un informe, editarlo y al día siguiente hacer otra cosa e ir armando todo para tenerlo listo dentro de cinco días. En un noticiero, entra a las seis de la mañana y sus notas deben estar listas en menos de cinco horas pues deben salir al aire. Eso fue lo que más me costó, pero yo me adapté muy rápido. En la universidad y en los portales web se trabaja a su ritmo, mientras que cuando entra a un medio de comunicación importante, que tiene mucha presión a la hora de sacar algo, se tiene que cambiar ese chip y trabajar al mismo ritmo que todos. Eso fue lo que más me llamó la atención cuando llegué. Yo sabía hacer un crédito, pero no conocía los términos que se utilizan en el mundo real de los medios: “tienes que cortar los fulles y montarlo en el pilot”, me decían, y yo no sabía de qué me estaban hablando. Esos términos coloquiales, no los conocía. Además, los programas de edición que nos enseñan en la universidad nunca son los que se utilizan en los medios de comunicación. Por ejemplo, ellos no utilizan premier, entonces deberían enseñar lo que se usa en los medios de comunicación para no llegar tan perdidos.

¿Considera que es mejor especializarse en un énfasis, como en el caso de la Javeriana, o ser un comunicador con conocimientos holísticos?

En mi caso, amé que uno pueda escoger lo que uno quiere y lo que uno va a ser, y estar seguro, porque al principio no estaba segura de que solo con periodismo pudiera conseguir trabajo. Pensé en hacer también el énfasis de organizacional, para tener ambas posibilidades, pero vi dos o tres clases y no me gustaron. Para mí hubiera sido una tortura, por decirlo así, ver toda mi carrera con materias de organizacional. Los primeros tres semestres, cuando dan clases de todos los énfasis, sirven mucho como para decir que le gusta y qué no, además de tener un conocimiento básico. No terminé el énfasis de radio porque entré a Win y no quería seguir más en la universidad, entonces acabé solo periodismo. Eso depende de cada persona, pero en lo personal poderse enfocar, construir su perfil profesional en lo que realmente quiere y meterle todo el esfuerzo y todo el conocimiento en lo que se ve haciendo en un futuro, es mucho más positivo que saber de todo un poquito y al final no sentirse fuerte en algo.

¿Qué le hace falta a la universidad para que los graduados sean más competitivos en el campo del periodismo deportivo?

Son competitivos. En el medio en el cual trabajo muchos somos de la Javeriana. Al final quien le da esa competitividad es uno mismo: lo que quiera hacer, lo que se esfuerce, lo que estudie, lo que se prepare; todo eso es más importante que lo que la universidad le dé. Porque la Javeriana sólo hay dos clases de periodismo deportivo, pero al final lo que se hace en un medio es periodismo, así sea deportivo, y la Javeriana en eso es muy fuerte.

Todos mis trabajos mis crónicas y mis reportajes, si podía escoger, los hacía sobre algo deportivo. Eso depende de cómo la persona se va enfocando, cómo construye su experiencia y se va volviendo más experto en algo, así no trabaje todavía en un medio. Si usted espera hasta el final,

cuando ya se gradúa y decide hacer periodismo deportivo, pero en su vida no ha hecho algo en el estadio, una entrevista a cualquier deportista, pues está mal. Uno desde el principio tiene que tener claro en que especificidad quiere trabajar en el futuro y desde la universidad ir cosechando eso a través de trabajos. Las bases teóricas del periodismo no es que no sirvan para nada porque al final algo le queda en la cabeza sobre la estructura de una noticia, de cómo hacer una entrevista a un personaje, pero lo que le da la práctica es lo que hace afuera y lo que hace en el campo. Dicho esto, la Javeriana en cualquiera que sea el énfasis que un periodista escoja, ya sea político, deportivo, internacional, cultural pues sale muy bien preparado para competir en cualquier medio de comunicación.

¿Cuál fue el plus para que la contrataran en Win Sports?

El conocimiento que tengo de todos los deportes y la pasión. Lo que vieron en mí en Win fue la pasión por lo que estaba haciendo y qué indiferentemente de si iba a salir en televisión o no, a mí lo que me gusta, lo que me mueve es el deporte, eso fue lo que le gustó a la empresa de mi perfil. En Win Sports todos tienen en común que el deporte es una prioridad en su vida. Eder me conoció a través de mis redes sociales, él veía que todo lo que subía era sobre deporte y eso le gustó, y fue un plus que tuve para entrar al Canal. Sin embargo, cada uno tiene un perfil diferente y un mundo diferente así trabajemos por ejemplo en un mismo canal. Podemos tener en común la pasión por el deporte, pero cada uno se ha formado y se construye a sí mismo de manera diferente.

¿Cómo ve el panorama de los programas de espectáculo y por el otro lado los de análisis?

Los dos tienen que existir. La función de la televisión es entretener, entonces esos formatos tanto de opinión, debate y Show como los informativos, tienen que existir porque ningún canal de

televisión subsiste sí solo es un canal netamente informativo y de un carácter muy formal. Siempre tiene que haber algo que entretenga. El show de Saque Largo es eso, es el programa que rompe con Conexión, qué es un espacio de periodistas mayores, qué es noticioso y más serio, aunque ellos también debaten. En conclusión, son formatos que tienen que existir en la televisión para que haya un público que no sólo vea noticias sino también porque se entretiene. Por otro lado, hay programas como el noticiero, Campañas, y lo mejor de la fecha, los cuales son productos mucho más informativos en cuanto al deporte colombiano. Los formatos deben tener un balance no puede ser sólo show y no puede ser sólo información,

¿Es necesario estudiar comunicación social para ser periodista deportivo?

Totalmente, es muy necesario. Para poder ser un comunicador debe tener educación y una formación para poder ejercer de la mejor manera. Hay muchos periodistas hoy en día que laboran en el periodismo deportivo y que desde el principio lo hicieron de manera empírica, pero como todo, hay una evolución. Hoy en día no sólo se necesita una persona que sepa de fútbol sino alguien que pueda hacer una entrevista en inglés o incluso en francés y eso lo da la formación académica. Todo va evolucionar y eso de los periodistas empíricos hace muchos años se dio porque en ese momento en el contexto de Colombia pues la comunicación no era tan profesional en el país y eso ha sido también un proceso. Hoy en día, ese contexto es muy diferente, para un periodista o para un director de un canal que debe dirigir mucha gente se requiere de un nivel educativo. Es importante que la gente entienda qué es una labor difícil porque muchos piensan que pararse frente a una cámara o hacer una entrevista es súper fácil y no lo es. Eso tiene su mérito y se logra a través de la educación.

La práctica en la academia determina el nivel de adaptación del estudiante en el medio

En la formación de los periodistas siempre ha existido la discusión entre la teoría y la práctica, si una pesa más que la otra o si solo uno de los dos caminos es el acertado para desempeñarse bien en el oficio. Sin embargo, la clave está en entender que las dos deben convivir desde que se está estudiando la carrera.

Los programas de comunicación o periodismo tienen dos problemas fundamentales: exceso de teoría y un componente práctico insuficiente que no se adapta a la realidad del mundo laboral. Si bien las materias teóricas, como historia social de la comunicación, son importantes para el conocimiento del estudiante, estas no se pueden alargar hasta sexto o séptimo semestre porque el aprendizaje más importante, y que más exigen a los egresados en los medios es como producir un programa de televisión, como identificar en que formato o género presentar la información o cómo manejar los equipos de una cabina de radio. El caso de Santiago Gómez es un fiel reflejo de esa falla porque todo eso lo adquirió en Win Sports mientras hacía su práctica pues según él empezó desde ceros y solo se sentía cómodo escribiendo noticias.

Ahora, si bien es cierto que hay clases prácticas sobre cómo se produce un noticiero en televisión o en radio, en ellas predomina la ausencia del lenguaje técnico real y los programas de edición que se utilizan en los medios. Muchos de los egresados no saben que es un 'fly', una 'movie' o un 'pilot', porque les han enseñado con otros nombres como el caso del banner que en realidad es un 'crédito'.

En definitiva, ante una práctica que en la universidad no corresponde a la realidad laboral, se deberían crear alianzas estratégicas entre las instituciones y los medios para que desde tercer semestre los estudiantes conozcan cómo funcionan y en lo posible hagan pequeños trabajos con

las exigencias periodísticas necesarias. Todo esto con el objetivo de hacer más amigable la adaptación cuando obtenga un trabajo.

Por otro lado, el caso de Laura Bernal también demuestra que debe haber un mayor interés y compromiso por adquirir esos conocimientos prácticos de manera auto gestionada y que sean acorde a la especificidad del periodismo que le atrae al estudiante. Desde los primeros semestres se deben buscar medios pequeños y alternativos para los cuales escribir y hacer cubrimientos que permitan ganar bagaje en el oficio; hacer la mayoría de los trabajos de la universidad enfocados al tema que le apasiona y en el cual se quiere desempeñar, y aprovechar todos los espacios prácticos como las emisoras, canales y revistas universitarias.

Si bien el periodismo deportivo requiere de la teoría sobre todo para nutrirse de la escritura, el lenguaje, historia de los deportes, los reglamentos y tecnicismos de las disciplinas, depende mucho más de la práctica porque el trabajo es una actividad constante que consiste en obtener información contactando a las fuentes o asistiendo a eventos para dar una información a la audiencia.

En definitiva, en los medios de comunicación predomina la cantidad de cubrimientos y eventos deportivos que ha realizado el periodista porque esto le da la seguridad para dar una noticia o un informe sin que cometa el más mínimo error, sobre todo porque es un trabajo que todos los días está bajo el escrutinio público. Dicho esto, según Daniel Pérez “El periodismo deportivo está más relacionado a la experiencia porque este es un oficio que está supremamente ligado al hacer, a la repetición”.

Pauta publicitaria, ¿una nueva tarea para aprender en el periodismo?

En el periodismo deportivo a lo largo de los años se ha sabido que los salarios no son los más altos. Quienes devengan unos buenos ingresos económicos ya tienen una carrera relevante o además trabajan en varios medios de comunicación. Más allá de los conocimientos en materia deportiva y una experiencia en cubrimientos, el oficio requiere de manera urgente unos componentes de mercadeo y publicidad que les permita tener una mejor visión de la estructura comercial de los medios.

La necesidad de aprender sobre publicidad se da sobre todo en periodistas radiales y en periodistas independientes que tengan su propio proyecto alternativo a los medios tradicionales. Cuando un periodista busca trabajo en una emisora, él mismo tiene que ir a las empresas o marcas para que estas pauten en su programa. El problema radica en que la mayoría de las ocasiones, si no se consigue la publicidad, los periodistas no tienen salario porque este surge de lo que consiguen en esas pautas. Desde muy joven, cuando ingresó a trabajar en Radioactiva, Antonio Casale se dio cuenta de la importancia de las cuñas y las pautas publicitarias en radio. Por esa razón, cursó un técnico en publicidad y declinó a su carrera de comunicación social.

En cuanto a los periodistas y medios independientes, el mercadeo es fundamental para inyectar capital a sus proyectos periodísticos para poder sobrevivir. Infortunadamente, en las plataformas digitales, las vistas, likes y comentarios no pagan la nómina de los periodistas, a menos que tengan publicidad. En la actualidad, está muy de moda en YouTube el canal del periodista Jorge Bermúdez, que antes trabajaba en Win Sports. Su contenido de análisis y opinión futbolística es respaldado con el patrocinio de One Football. Por iniciativa propia, para generar ingresos extras,

él logro que esta empresa de medios de comunicación de fútbol alemana le pagara por recomendarla en cada uno de sus videos.

Ante este panorama, es pertinente que en las universidades el pensum de periodismo incluya materias de publicidad y marketing que le dé al periodista conocimientos y visión de negocios en radio y en medios independientes. Al mismo tiempo, que le enseñe la estructura comercial de una empresa periodística como Grupo Semana o un canal de televisión como Caracol. En el caso de la Universidad Javeriana hay un énfasis de publicidad, pero solo lo cursan quienes escogen ese camino. El llamado es que para todos los periodistas sea obligatorio tomar clases referentes al tema. En otras instituciones con el pregrado de Comunicación como la Universidad de la Sabana, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Uniminuto, Politécnico Gran Colombiano, Universidad del Rosario y Universidad Externado de Colombia, se encontró que esta última es la única que cuenta con una materia de mercadeo.

Rigor vs. Opinión, una realidad en el medio periodístico deportivo

En la actualidad, se critica al periodismo deportivo por su falta de rigor y argumentación al emitir conceptos sobre los eventos o acontecimientos que se desarrollan en su campo. La opinión personal de cada periodista ocupa cada vez más espacios en los medios con un objetivo claro: generar polémica y debate.

Los periodistas deportivos creen erróneamente que opinar o comentar sobre un partido de fútbol es hacer periodismo. “Yo creo que” o “A mí me parece” son las frases que más se escuchan en los programas de radio y televisión; no obstante, por más que se esté hablando de un hecho, no deja de ser una percepción subjetiva que no tiene cabida, porque el deporte en sí no es objetivo.

Programas como ‘Fútbol Total’, ‘Nexo’ y ESPN FC, son espacios donde entre cuatro y cinco panelistas debaten a partir de sus percepciones sobre las formaciones de los equipos, las decisiones de un técnico, jugadas de un partido y convocatorias. Como ya mencionamos, su estilo dista mucho del verdadero periodismo, pero tienen una razón de peso. Los medios de comunicación, más allá de informar a la gente para que tomen decisiones y se eduquen, también buscan entretener. Que la gente se escape, así sea un rato, de la dura realidad que vive. “La gente no se debe informar por un programa de entretenimiento como ‘Saque Largo, sino por un noticiero” (Santiago Gómez).

La versatilidad debe ser una de las características fuertes del periodista deportivo actual, que debe tener la capacidad de hacer un reportaje o crónica para el noticiero; debatir en un programa de entretenimiento deportivo y escribir noticias o artículos para un periódico. Si hay una buena comprensión de los diferentes roles, la adaptabilidad a los formatos se hace mucho más fácil.

Por otro lado, está el rigor y la disciplina de los periodistas con su profesión. Contrastar fuentes, verificar datos, escoger el formato apropiado para presentar la información. Sin reportería no es posible hacer un trabajo periodístico de calidad. Por ejemplo, si en un programa o en un artículo voy a abordar una disciplina olímpica, debo saber de ante mano su lenguaje técnico, reglamento, los récords nacionales e internacionales y haber consultado con la fuente, en caso de que se cubra a un deportista en específico. Por eso, para Héctor Palau, “alejarse una semana de la actividad informativa significa quedar ‘out’. Usted vuelve a tomar un micrófono o un computador para escribir una nota y está liquidado, porque en ocho días pasan muchas cosas con el deporte”.

El Valor agregado de los idiomas

Un mundo cada vez más globalizado hace que los idiomas sean fundamentales en cualquier carrera. El periodismo no es la excepción. En nuestra profesión hay un flujo de información muy grande que llega en otros idiomas. Es tarea de nosotros comprenderla para poderla transmitirla a la audiencia sin que pierda detalles o sentido.

En las últimas elecciones presidenciales en Estados Unidos, los medios colombianos hicieron el respectivo cubrimiento desde el país norteamericano. Si uno de los reporteros no domina el inglés, no podrá desenvolverse en su día a día. Lo que es más grave, no comprenderá la información relevante de entrevista, estadísticas y comunicados de prensa sobre el tema.

No se necesita salir del país para tener complicaciones con el idioma en nuestro trabajo. En las salas de redacción, todos los días llega información a través de comunicados de las agencias de noticias de todo el mundo. Por lo general, en las secciones internacionales de los periódicos deben estar atentos para comprender el hecho y ser muy hábiles para producir sus notas sobre todo cuando son noticias de última hora.

En el periodismo deportivo son importantes los idiomas cuando se realizan cubrimientos de competencias en otros países y al entrevistar fuentes que son protagonistas del deporte en el extranjero. Para Casale, se deben saber pronunciar bien los nombres de los deportistas en cualquier idioma; sin embargo, considera que el inglés basta para defenderse en diferentes contextos.

Por el contrario, Santiago Gómez considera que los periodistas deben graduarse mínimo con tres idiomas para tener un desenvolvimiento óptimo en los deportes. “En mi caso particular,

hablo inglés, portugués, italiano y francés”. Según dice, eso fue crucial para ser seleccionado como practicante de Win Sports. Ahora tiene la oportunidad de entrevistar deportistas de nivel mundial. Esto es clave, porque significa que la audiencia se puede perder de información de lujo brindada por fuentes importantes por el hecho de no dominar los idiomas.

En octubre de 2020 inició la liga profesional de baloncesto en Cali a puerta cerrada. El torneo contó con ocho equipos cuyas nominas fueron conformadas por jugadores colombianos y extranjeros. Participaron más de 15 jugadores de Estados Unidos. Muchos de ellos tuvieron destacadas actuaciones. No obstante, ninguno de los dos reporteros de Win Sports se ha tomado a la tarea de entrevistarlos. Por el contrario, solo han hablado con dominicanos, argentinos y colombianos. No podemos asegurar que no sepan nada de inglés, pero sin duda alguna no lo dominan como para sostener una entrevista.

Acceso a las fuentes y consecución de la información

Para los periodistas deportivos tener sus propias fuentes es fundamental para diferenciarse y destacar en el medio. Hablar con los deportistas, los dirigentes y los técnicos es una obligación porque son ellos los protagonistas y son los que brindan la información. Sin embargo, en las universidades prácticamente no se ven módulos o talleres que le den una guía al estudiante de cómo llegar y tratar a las fuentes.

Es cierto que el acceso a las fuentes es un trabajo que le corresponde 100% al periodista y a medida que va evolucionando su carrera, sus relaciones se van consolidando gracias a la experiencia. Pero en el caso de los estudiantes o de los recién egresados existe un desconocimiento total sobre el tema precisamente porque apenas están empezando su realidad laboral. Cabe aclarar que no se trata de que un profesor facilite una lista de contactos. Ese no es el problema, el dilema

radica en cómo comunicarse y tratar a la fuente. No es lo mismo hablar con el Ministro del Deporte que con un futbolista o un dirigente para obtener una entrevista.

Los periodistas muchas veces caemos en el error de creer que las fuentes solo están para responder como máquinas y nos olvidamos de establecer una relación cordial, no para que se conviertan en amigos, sino para que la comunicación sea fluida y se mantenga el contacto a futuro. Por más simple que parezca, no es tan fácil. Por ejemplo, para poder entrevistar a los periodistas ya referenciados en esta tesis, se presenta un conflicto de tiempo vs. cordialidad. Enviar un mensaje largo exponiendo la finalidad de la comunicación es efectivo en términos de no quitarle tiempo a la persona, pero es errado para crear un vínculo, que no necesariamente es amistad. Por el contrario, tratar de ser amables y llevar una conversación pausada demanda más tiempo para la fuente. Santiago Gómez también vivió lo mismo cuando salió de la universidad:

“Se debe separar amistad de profesión con las fuentes. Eso se da en el periodismo y no lo enseñan. Tampoco especifican cómo manejar una fuente, ¿cómo hablarle a un invitado, cómo hablarle a una persona que puedes considerar tu amigo. Por ejemplo, soy muy amigo de Karim Gorayeb, hoy en día gerente Deportivo del Cali”.

El pulso de las generaciones: entre la resistencia y las nuevas dinámicas

En el panorama actual del periodismo deportivo, contamos con diferentes generaciones de periodistas, en las que no todos se han ganado el mismo espacio y la misma credibilidad de parte de la audiencia. Lo anterior se debe a los contextos de las épocas en la que surgieron como profesionales y determinaron la manera de ejercer su labor.

Periodistas como Héctor Palau, Iván Mejía, Wbeimar Muñoz, Carlos Antonio Vélez y Hernán Peláez, nacieron en una época donde transmitir y comunicar era muy complejo y las escuelas de periodismos apenas se estaban creando. Por lo tanto, su vocación se dio por una pasión e interés desbordado por los deportes. La única manera de acceder a ellos era asistiendo a las competencias. Ingresaban a los estadios de fútbol, iban a los hoteles y perseguían a los ciclistas por las carreteras para obtener la información de los acontecimientos. La opinión de ellos tomó fuerza en las audiencias porque era difícil no creerles a las personas que vivían en primera persona los eventos, prácticamente ellos eran los únicos que iban.

A pesar de que veinte años después entraron a los medios periodistas como Gabriel Meluk, nadie pudo derrocar del podio del periodismo deportivo a los ‘vieja guardia’. Sus principales virtudes fue entregarse las 24 horas del día al trabajo, verificar datos, entrevistar al deportista y dirigentes en una época donde no existía ni los celulares ni el internet.

Su hegemonía continuó sobre periodistas del 2000 como Juan Felipe Cadavid, Daniel Pérez y Andrea Guerrero, quizás más por cuestión de tradición. Después de tantos años en el medio, la generación más antigua creyó que todas sus opiniones eran irrefutables y que los demás periodistas no les podían contradecir.

En la actualidad, las redes sociales e Internet han cambiado las dinámicas del oficio generando un impacto negativo en las nuevas generaciones de periodistas deportivos. Los nuevos comunicadores han utilizado la tecnología para reemplazar la reportería y la investigación. Para Héctor Palau “si no se puede estar en el estadio, en el velódromo o en la carretera, se debe llamar por teléfono al menos para saber qué está pasando en vez de estar pegados al internet y quedarse con lo que dice allí”. La credibilidad se gana como lo hacían en los años 70, hablando directamente con la fuente y no replicando posibles noticias falsas de la web.

La nueva generación ha creído que para ser periodista deportivo hay que ir al estadio cada domingo y conocer la nómina de todos los equipos de fútbol. Sin embargo, eso ya no sirve, porque esa información se consigue de manera sencilla en Internet. El rigor se ha dejado de lado y es eso lo que genera mayor molestia en los antiguos profesionales.

Otro craso error es que se quiere obtener todo de manera fácil y rápida. Los recién egresados quieren llegar a los medios y presentar el noticiero, salir al aire en radio o publicar un artículo en la portada de un periódico. Por el contrario, hay que ser perseverante y tocar diferentes puertas para alcanzar los objetivos, poco a poco. Como dice Daniel Pérez “esta es una carrera de resistencia, no de velocidad”.

Sin duda alguna, Laura Bernal es el mejor ejemplo para los estudiantes de comunicación social que desean ser periodistas deportivos. Ella no esperó a terminar su carrera para comenzar a forjar su camino. Sus cubrimientos a través de medios digitales, cuando apenas cursaba segundo semestre, fueron clave para aprender lo que los antiguos periodistas siempre le criticaron a las nuevas generaciones: hacer reportería.

Bibliografía

Andrade, P & Llamas, S. (2015). *Una mirada al periodismo deportivo en Colombia vacío en pluralidad y construcción de memoria* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/19997>

Andújar, C. (2013). Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo. Materiales para la Historia del Deporte. *Materiales Para La Historia Del Deporte*, (11), 7-27. https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/788

Ángulo, R. Lizandro y Moreno. C. Antonia (2016). Periodismo deportivo. El fútbol es el Rey. *Revista Luciérnaga/ Comunicación*, Año 8, N16. Facultad de Comunicación Audiovisual-

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid- PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. Págs. 10-26.
https://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-luciernaga/luciernaga-16/img/documentos/periodismo_deportivo.pdf

Bayona, M. (21 de septiembre de 2000). La crónica de la medalla. *El Tiempo*.
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1247370>

¿Devolverle la tarjeta profesional al periodismo?: se revive el debate. (2018, 9 de mayo). *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/noticias/politica/devolverle-la-tarjeta-profesional-al-periodismo-se-revive-el-debate/>

Esto es Win Sports + El nuevo canal del fútbol colombiano. (2020, 20 de enero). *Win Sports*.
<https://www.winsports.co/futbol-colombiano/noticias/esto-es-win-sports-el-nuevo-canal-del-futbol-colombiano-6045>

Fonseca, J. (2011). *Los estilos tradicional y juvenil en las transmisiones de fútbol en la radio colombiana* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana.
<http://hdl.handle.net/10554/5682>

García, G. (1996, 7 de octubre). *El mejor oficio del Mundo*. [Conferencia] En la 52ª asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Los Ángeles, Estados Unidos.
https://www.researchgate.net/publication/26496525_El_mejor_oficio_del_mundo

Hunter, R y Ramos, A. (2004). *Análisis de la cobertura otorgada por medios escritos al Campeonato Mundial de Remo 2002. Casos de La Nación, La Tercera y El Diario Austral de Valdivia* [Trabajo de grado, Carrera de periodismo, Universidad Austral de Chile].
<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2004/ffh945a/sources/ffh945a.doc>

La Copa América que le ganó Colombia a la violencia. (2019, 6 de junio). *Semana*.
<https://bit.ly/3fdvgI6>

López, 2012 A. (2012). *Periodismo Deportivo I: Cuaderno de Cátedra*. Ediciones de periodismo y comunicación. <https://libros.unlp.edu.ar/index.php/unlp/catalog/book/1437>

Martínez, O. (2010). *Semillas de periodismo: ética, información y democracia*. México. Universidad Autónoma de Nuevo León. <https://read.amazon.com/?asin=B004SUOKWC>

Molina, J. (2009). Periodismo 3.0. *Razón y palabra*. (69).
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/Copy%20%5B3%5D%20of%20index.html>

¡Nuestro Maracanazo!: Colombia vence a Uruguay. (2014, 28 de junio). *Semana*.
<https://bit.ly/2URLZrf>

Orjuela, E & Ávila, J. (2018). *Balace histórico del periodismo deportivo en Colombia*. [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Universidad Santo Tomas]. Repositorio Institucional

- Universidad Santo Tomas. <http://hdl.handle.net/11634/15181>

Peña, N. (2014). *La calidad en el periodismo deportivo narrativo* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/20155>

Perry, V. (2016). *Los Cromos del deporte colombiano: el registro del deporte en cien años de la revista Cromos (1916-2016)* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/20060>

Pulido, C. (2018). *Periodismo deportivo: la construcción de la realidad sobre el deporte*. [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Universidad Santo Tomas]. Repositorio Institucional - Universidad Santo Tomas. <http://hdl.handle.net/11634/10035>

Rengifo, L. (21 de diciembre de 2019). Egan Bernal, indiscutible deportista del año. *El Tiempo*. <https://bit.ly/3pBHRK5>

Rocha, J. (2015). *La profesionalización del periodismo deportivo en Colombia: teoría, práctica y gremialismo* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/20059>

Tamayo, C, Delgado, J & Penagos, J. (2009). Génesis del campo de Internet en Colombia: elaboración estatal de las relaciones informacionales. *Signo y Pensamiento*, XXVIII (54), 238-264 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409016>

Torres, N. (2010). *Periodismo deportivo, qué ha pasado en las dos últimas décadas*. [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/5430>

Un nuevo canal de deportes transmitirá el fútbol colombiano. (2012, 5 de noviembre). *Dinero*. <https://www.dinero.com/negocios/articulo/un-nuevo-canal-deportes-transmitira-futbol-colombiano/150788>

Vasquez, D. (2019). *Realidades con las que se encuentra el egresado de comunicación social en el manejo actual del periodismo deportivo en Bogotá* [Trabajo de grado, Carrera de Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/46931>

Win Sports nace en Colombia. (2012, 30 de octubre). *Newsline Report*. <https://www.newslinereport.com/tv-paga/nota/win-sports-nace-en-colombia>

Win Sports (1 de abril de 2014). *Llegó Win Sports Online en vivo por Internet - Ahora tú decides*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nYelxofNAZE>

Win Sports llega por fin a Claro, TigoUne y Movistar. (2015, 8 de marzo). *Semana*.
<https://www.semana.com/tecnologia/articulo/win-sports-llega-claro-tigo-une-movistar-por-fin/437321-3/>