

**EL DEPORTE COMO ESTRATEGIA PARA LA PAZ DESDE EL PERIODISMO
CULTURAL**

NICOLÁS SUÁREZ RIVEROS

TUTOR:

JENNY MARCELA RODRÍGUEZ

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL**

BOGOTÁ

2020

**EL DEPORTE COMO ESTRATEGIA PARA LA PAZ DESDE EL PERIODISMO
CULTURAL**

SUÁREZ RIVEROS, NICOLÁS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
1. RESUMEN.....	5
2. DELIMITACIÓN DEL EJERCICIO DE INVESTIGACIÓN.....	6
2.1 Problema.....	6
2.2 Justificación.....	10
2.3 OBJETIVOS	12
3. MARCO REFERENCIAL	13
3.1 Deporte y conflicto	15
3.2 Deporte como estrategia para la paz	21
3.3 Formas de narrar el deporte	24
3.3.1 Periodismo deportivo	24
3.3.2 Periodismo de “espectáculo”	27
3.3.3 Periodismo cultural	33
4. MARCO METODOLÓGICO	36
4.1 Análisis de la información	40
4.2 Resultados	46
4.2.1 Producto radial: <i>Voces deportivas</i>	48
4.2.2 Productos escritos: artículos de opinión	51
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.2 Conclusiones	63
5.3 Recomendaciones	65
6. BIBLIOGRAFIA	
7. ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

1. RESUMEN

El deporte ha estado presente en la sociedad como un elemento propio de la misma, muchas culturas desarrollaron diferentes formas en las que el deporte contribuyó al desarrollo de su modelo de vida y sirvió como una forma de mostrar los diferentes rituales y creencias propios de cada cultura, para mencionar solo un caso está el *Ulama* o juego de la pelota; para un periodo más moderno, el deporte hace parte del aprovechamiento del tiempo libre, pero también representa una industria millonaria que conlleva a convertirlo a este y a los deportistas en figuras mediáticas, fácilmente mercantizables. Una faceta que siempre ha tenido el deporte es ser una plataforma para el fortalecimiento de valores sociales, puede que este sea el aspecto para que en Colombia, particularmente a raíz del proceso de desmovilización de las FARC-EP este sea considerado como una estrategia para la paz, sin embargo, los medios de comunicación, particularmente la prensa escrita poco reflejan este carácter, limitándose a narrar los resultados de los encuentros y no pocas veces caer en un “pseudo periodismo” que solo se dedica a informar y alimentar el espectáculo de la vida privada. Teniendo en cuenta este panorama general, el presente trabajo tiene como objetivo principal proponer nuevas formas de contar el deporte pensado como una estrategia para la paz en el contexto colombiano desde el periodismo cultural, y proponiendo que el deporte puede trabajarse desde otras ramas del periodismo que no sea el deportivo y alejado de las narrativas periodísticas clásicas de dicho género periodístico, siendo un elemento innovador ya que al momento de informarse sobre algún deporte siempre se encuentran en los medios de comunicación alguna reseña sobre los encuentros relevantes y no se ahonda en lo importante que puede ser el deporte trabajado en pro de la paz.

2. DELIMITACIÓN DEL EJERCICIO DE INVESTIGACIÓN

2.1 Problema

En Colombia desde el año 2016, más exactamente a partir del 24 de noviembre de ese año a raíz del acuerdo de paz con el grupo guerrillero FARC-EP se viene pensando escenarios sociales enfocados en la construcción de la paz; en ese sentido el arte ha sido un eje fundamental, concretado principalmente a través de la elaboración del contra monumento realizado por Doris Salcedo llamado fragmentos. Otro espacio que también se ha pensado como estrategia es el deporte, particularmente por sus características como la integración, el trabajo en valores como el compañerismo y el respeto, y claro, la importancia que tiene para la cultura colombiana, sin embargo, las noticias que día a día se presentan en los medios de comunicación no reflejan esta realidad, en su mayoría continúan centrando su atención en informar (describir) el último partido de la fecha, y los amores y escándalos de los deportistas sin entrar de lleno a abordar otras circunstancias ligadas al deporte y en este caso particular, a este como estrategia para la paz.

Antecedentes

En Colombia, hay seis revistas culturales, siendo Arcadia y El Malpensante las de mayor relevancia y reconocimiento, en sus páginas no pocas veces hacen crítica al establecimiento político y cultural en diversos ámbitos, aun así, el periodismo y las revistas culturales solo ocasionalmente incluyen en sus páginas temas como el deporte y más aún este como estrategia para la paz. Sumado a esto, el periodismo cultural poco o casi nulo espacio tiene en los diarios nacionales, más de noventa actualmente.

Supone un reto entonces ya que el periodismo cultural colombiano debe hacerle frente a cambiar la percepción que se tiene de cultura y también de poder llamar la atención de los

lectores que se concentran en otros tópicos, pero a su vez, esto abre la puerta para nuevos temas que se muestran innovadores y que cambian la percepción que se tiene frente a la cultura.

Uno de los temas que se abre cabida es el deporte, que aunque sea reacio de ser considerado como parte de la cultura por no tener una relación con las bellas artes o las bellas letras, lo cierto es que tienen varias cosas que hacen que este pueda verse como un elemento innato de la cultura, en especial la colombiana, donde en los últimos años, ha reforzado la idea de que demuestra fielmente lo que es la cultura colombiana y sus diversas formas de expresión.

Rene Maheu resalta que “en primer lugar, el deporte y la cultura tienen el mismo punto de partida: el tiempo libre. No hay cultura ni deporte sin ese lujo, ese tiempo, esa energía disponible que el trabajo dejó al hombre y que éste puede utilizar como quiera. En la Civilización actual ese lujo es cada vez más importante” (1969, p. 4) de aquí se parte de que si hay una relación existente entre deporte y cultura y que este bien puede ser contado desde el periodismo cultural, entendiendo que el deporte se aprovecha del tiempo libre y que, si se compara con otras actividades que se pueden realizar durante este tiempo, encaja perfectamente.

Aunque se adapta a una cultura global, el deporte también encuentra una obligación de encajar en las culturas de las diferentes sociedades que poseen características definidas, tal cual menciona Capretti,

Así el sistema deportivo es en sí mismo complejo ya que debe ajustarse a los diferentes colectivos y grupos sociales que las conforman de acuerdo a sus valores y culturas. En efecto, diferentes colectivos o estados sociales pueden dotarse de deportes diferenciados que les permitan reconstruir y expresar su identidad colectiva.

También sucede que la misma práctica deportiva sea interpretada de forma

diferenciada como mecanismo de distinción e identidad colectiva de acuerdo a un determinado estilo de vida (2011, p. 4)

La realidad colombiana ha marcado que el deporte se ha ajustado a los colectivos y grupos sociales que la componen, siendo por ejemplo el tejo, el deporte más representativo en los adultos mayores y que se puede tomar como referencia de una Colombia más arraigada al pueblo y que abre la puerta a la representación más fiel de la cultura colombiana, donde la alegría, la hospitalidad y la amabilidad se contemplan como las más importantes.

Por supuesto, Colombia, como sociedad no escapa de su realidad, donde el conflicto armado, ha afectado de manera directa e indirecta la concepción del país y de varias instituciones, en su mayoría gubernamentales y de cómo estas instituciones han tomado acciones para poner fin al conflicto y donde la paz necesita de nuevas formas para que llegue de manera definitiva. Es allí donde el deporte se hace un espacio para construir la paz planteándose como una forma innovadora para la consecución de esta.

Cárdenas, citando a Girginov (2012) señala 3 pilares fundamentales que el deporte para la paz fundamenta “(1) llevar los deportes a la población en situación de riesgo; (2) reemplazar las conductas desviadas con unas deseables, y (3) atraer a las poblaciones en riesgo para que sean partícipes de prácticas deportivas a fin de proporcionar otros servicios sociales” (p. 2) los cuales han tenido un impacto en las regiones más afectadas y donde su éxito se ve reflejado en los diferentes deportistas que han podido salir de escenarios donde el conflicto armado impera y su escape ha sido el deporte.

Al tener un impacto directo en la sociedad y ser parte de la cultura colombiana, el deporte merece toda la atención del periodismo cultural, cosa que ya sucede, pero no para criticarlo, no para demostrar su capacidad de generar espectáculo y de transformar a dioses a los que lo practican, sino de contar que el deporte es una estrategia para la paz, que tiene un impacto fuerte en Colombia y que merece un mayor reconocimiento las diferentes organizaciones,

colectivos y demás que apuntan a que el deporte sirva para subsanar las heridas que el conflicto ha dejado.

No se puede dejar a un lado iniciativas como el equipo de fútbol que las FARC-EP querían crear para competir en la liga colombiana, que sería una clara muestra de que el conflicto podía ser cosa del pasado y que al final no prosperó, o el partido que se jugó entre los excombatientes del grupo guerrillero y soldados del ejército colombiano como una muestra más de la apuesta clara por la paz y que no haya figurado en los grandes medios ni que el periodismo deportivo no se haya preocupado por el mismo, de darle la importancia que tiene un partido de la selección Colombia o de la actuación de los jugadores colombianos en el exterior.

Por eso es que el periodismo cultural puede ser el encargado de contar el deporte como estrategia para la paz, dada su cercanía con las personas, con su cotidianidad y sus costumbres, a pesar de que se ha encargado de contarlo, abre el abanico para una mirada innovadora como la que se plantea en este trabajo de grado y dado que el periodismo deportivo colombiano no ha optado por cambiar de enfoque, que mejor que el periodismo cultural se empodere de este tema innovador, sumado ya a la crítica que hace al deporte como espectáculo.

Este trabajo también supone ser un punto de partida para futuras investigaciones del deporte, para que también desde la academia, se de una mirada mucho más profunda al alcance que puede tener el deporte como estrategia para la paz, apoyado también en el momento sociocultural en el que se encuentra Colombia y como puede ayudar a que los estragos del conflicto armado queden en el pasado y se den prácticas de perdón y reconciliación.

Pregunta problema

La pregunta problema que se planteó para la investigación es la siguiente: *¿Cómo desde el periodismo cultural se puede abordar el deporte entendido como una estrategia para la paz?*

2.2 Justificación

A partir del acuerdo de paz firmado en el año 2016 entre el gobierno de Juan Manuel Santos y el grupo guerrillero FARC-EP, Colombia viene pensando nuevas maneras de implementar la paz de manera positiva y correcta. Una de estas formas es a través del deporte, pero alejado del periodismo deportivo y llevado a un nuevo campo, el periodismo cultural. Aunque este tema se podría abordar desde otras ramas del periodismo, ya sea desde el investigativo, el jurídico, etc., el periodismo cultural ofrece una visión más humana, más cercana a la realidad de las personas, sin olvidar las bases del periodismo tradicional que le aportan un análisis objetivo y claro de la información, además del vacío que hay desde el periodismo deportivo tradicional para ver el deporte como un elemento que pueda ayudar a la construcción de una paz.

En nuestro país el deporte ha sido escenario de la violencia. Una marca que parece indeleble es el vínculo que han tenido los equipos más grandes del fútbol colombiano como Atlético Nacional, Millonarios y América de Cali con los carteles de la droga que coincidió con uno de los peores momentos de la historia de Colombia, la guerra contra el narcotráfico, como menciona el periódico *El Herald* en su artículo *Mafia y fútbol colombiano: vieja relación*

En Colombia el primero de hablar de ‘dineros calientes’ en el fútbol rentado fue el entonces ministro de justicia Rodrigo Lara Bonilla, asesinado el 30 de abril de 1984 en Bogotá por el cartel de Medellín de Pablo Escobar. Lara denunció el 21 de octubre de 1983 que Atlético Nacional, Millonarios, Santa Fe, Medellín, América y Pereira, estaban en poder de narcotraficantes, y fue en parte su sentencia de muerte.

Investigaciones posteriores vincularon también con el negocio de las drogas a los clubes Medellín, Deportes Tolima, Quindío y Unión Magdalena. (2014, s. p.)

La entrada de dinero de narcotráfico al fútbol colombiano dejó episodios bastante reprochables como el tiroteo en el estadio de Cali ocurrido en el año 1988 posiblemente por la guerra que en ese momento se daba entre el cartel de Medellín y el cartel de Cali que dejó un saldo de 4 personas heridas o las amenazas que recibió Francisco Maturana durante el mundial de Estados Unidos en 1994 antes del partido entre Colombia y la selección local si alineaba en el once titular a Gabriel Jaime “Barrabas” Gómez y después el asesinato de Andrés Escobar.

Es por esto que este trabajo de grado da respuesta a la pregunta planteada que suscitó el proceso investigativo al demostrar que el deporte se puede trabajar como estrategia para la paz desde el periodismo cultural a través de una serie de productos comunicativos que abren la puerta a que el deporte pueda ser trabajado bajo otro enfoque, sumado al análisis de las diferentes secciones deportivas de los medios impresos que dejaron ver que el deporte se trabaja bajo la mirada del espectáculo y no se ahonda en las diferentes implicaciones que tiene en la sociedad colombiana ni el contexto de posconflicto en el cual se encuentra. Por supuesto, este tema resulta innovador ya que no se ha hecho un acercamiento desde el periodismo a trabajar el deporte como estrategia para la paz y también contribuye al campo investigativo al aportar desde el periodismo una nueva forma de entender y comprender el deporte.

De igual manera se espera que a corto plazo, la investigación suponga un antecedente para el campo de la comunicación, al entender el deporte como estrategia para la paz y que este no necesariamente tenga que ser contado desde el periodismo deportivo, así a mediano plazo, se espera que hayan más investigaciones que puedan involucrar diferentes variantes y nuevos análisis pero que mantengan el eje de deporte como estrategia para la paz, además de que ya

existan cambios en cómo se cuenta el deporte en los medios impresos tradicionales para, finalmente a largo plazo, desde el ámbito investigativo hayan más investigaciones pero que el cambio fuerte se de en los medios impresos, que en sus secciones deportivas, mas allá de trabajar el deporte como espectáculo se abra un espacio de igual importancia para contar al deporte como estrategia para la paz desde el periodismo cultural.

Esta monografía se hace con el fin de demostrar que el deporte puede ser contado y trabajado fuera de lo impuesto por los medios tradicionales, entendiendo que este tiene una fuerte connotación en la sociedad y no es ajeno a la realidad en que se encuentre, abriendo la puerta a un nuevo enfoque que resulta innovador puesto que desde el periodismo no se ha trabajado el deporte desde esta mirada, resultando importante para los periodistas y a la sociedad en general, ya que cualquier persona puede practicar un deporte, sea de forma profesional o no y para los periodistas demostrando que el deporte no necesariamente debe ir ligado al espectáculo.

Este trabajo también realiza un aporte considerable al campo de la comunicación, en especial al subcampo del periodismo enfocado tanto en el periodismo cultural como deportivo, animando a replantear la forma sobre como se trabaja el deporte e invitando a que otras ramas del periodismo sean capaces de trabajarlo teniendo como enfoque la estrategia para la paz e invitando a hacer una autocrítica al periodismo deportivo a tomar la batuta del cambio que merece el deporte.

2. 3 OBJETIVOS

2.3.1 Objetivo General

Explicar que el deporte puede ser contado a través desde el periodismo cultural apuntando a una estrategia para la paz

2.3.2 Objetivos específicos

- Comprender el deporte como una estrategia para la paz teniendo como referencia los casos de países como Sudáfrica y Ruanda
- Identificar el modo en que se aborda el deporte en algunos periódicos nacionales entre 1994 y 2016, particularmente como estrategia para la paz.
- Proponer por medio de diferentes artículos, que el deporte como una estrategia para la paz puede ser abordado desde el periodismo cultural

3. MARCO REFERENCIAL

El deporte, ha estado presente desde el surgimiento de las primeras civilizaciones, tal es el caso del *Ulama* o juego de la pelota maya con más de 3500 años de antigüedad interpretado como un “portal al inframundo, escenario de recreación de batallas cósmicas entre los cuerpos celestes, rituales de fertilidad, ceremonias de guerra, afirmación política de gobernantes, escenario para sacrificios humanos (Aguilar-Moreno, 2015, p. 75), es decir como una forma de poder. En otras sociedades contribuían a mantener activa y sana a la población y a los soldados para prepararlos frente a un posible combate. También se utilizó como recurso para generar una competencia sana y educar a la población en el nacimiento de nuevos códigos éticos como la honestidad, el respeto, el trabajo en equipo y también para exaltar la belleza y el porte, esto es evidente en los competidores que participaban en las primeras justas deportivas en la antigua Grecia¹, que serían la antesala de los actuales juegos olímpicos.

¹ José María Sesé Alegre profesor de la Unidad Central de Humanidades señala en relación al origen y significado de los juegos “En una época en que las luchas de los griegos entre sí eran constantes, el oráculo de Delfos, consultado por los elianos les instaba a reunirse en Olimpia y, olvidándose de la Guerra fratricida, convertir su antagonismo en una noble competición en el campo de los deportes” (2008, p. 202) en medio de la confrontación las polis recordaban los lazos comunes que las unían: lengua, leyendas, origen racial y la adoración a los dioses.

Pero esta forma de comprender el deporte ha cambiado con el paso del tiempo, respondiendo también a los cambios tecnológicos y psicosociales que ha afrontado la humanidad. En la actualidad, el deporte se comprende como un objeto de distracción ideal para las masas y en muchos casos este actúa como gestor de violencia y de competencia desleal apoyado en la forma en como los medios lo cuentan, apelando a un lenguaje bélico. En ese último sentido, se pueden resaltar los múltiples casos de dopaje como el del futbolista peruano Paolo Guerrero quien durante las eliminatorias sudamericanas para el mundial de fútbol de Rusia 2018 consumió el metabolito de la cocaína benzoilecgonina, Diego Maradona en el mundial de Estados Unidos en 1994 cuando dio positivo por Efedrina, la tenista rusa María Sharapova que fue sancionada 15 meses por consumir meldonium durante el Australian Open, Lance Armstrong quien fue sancionado de por vida del ciclismo mundial y retirados sus siete títulos del Tour de Francia y últimamente el escándalo que se generó al conocer que varios atletas rusos se habían dopado gracias a la información suministrada por Grigory Rodchenkov, el exdirector del Laboratorio Antidopaje de Moscú, en donde la Agencia Rusa Antidopaje (RUSADA) y el gobierno ruso habrían encubierto a los atletas al presentar pruebas falsas.



Imagen 1. Nota de prensa tomada del periódico El Tiempo 19 de Julio de 2016

En el caso de fútbol, diferentes barras bravas sudamericanas han suscitado numerosos escándalos e incluso se ha analizado el poder que tienen sobre los equipos, por ejemplo, se conoce el análisis realizado por José Luis Pérez Triviño y José Manuel Ríos Corbacho en el diario deportivo *IUSPORT* quienes resaltan que en el deporte no es extraño que las crónicas deportivas de los periódicos estén repletas de metáforas bélicas: conquista, batalla, muertes, destrucción, victoria, honor, prestigio: “Los deportistas, pero también los periodistas y la afición experimentan emociones extremas a través de esas expresiones de violencia y de espíritu belicoso. Y ese carácter se ha trasladado muchas veces a las aficiones de los diferentes equipos” (2014, s. p.) demostrando ese carácter dual en el que estas noticias dónde ese “espíritu belicoso”, o la frivolidad de la vida próspera está por encima de la posibilidad del deporte como cohesionador social; otro ejemplo se hace explícito por Alejandro Tagliavini para el periódico *El Nuevo Herald*

Las barras bravas tienen una conexión con la policía y los dirigentes las estimulan, como los políticos con los votos (...) Los socios pueden usufructuar las instalaciones, pero no son propietarios, y como los dirigentes tampoco lo son, solo les interesa su carrera política y no la propiedad del club. Así, a nadie realmente le importan los daños que provocan las barras a las que usan como “fuerza de choque” para su carrera política (2018, s. p.).

3.1 Deporte y conflicto

Pero, ¿qué pasa cuando el deporte se plantea desde la construcción de paz, o cuando este se propone como un elemento para la reconciliación y en diferentes contextos donde históricamente han primado el conflicto y el odio, cómo se ha logrado superar conflictos en diferentes países a través de esta apuesta y cómo el deporte puede pensarse y usarse en el contexto del posacuerdo en Colombia.

Para empezar a indagar sobre estas cuestiones es preciso conocer que el deporte ha estado incluido en diferentes iniciativas llevadas a cabo por la Organización de las Naciones Unidas *ONU*, a través del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia *UNICEF*, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo *PNUD*, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados *ACNUR* y también la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol *UEFA* asociada con el Comité Internacional de la Cruz Roja *CICR*, el deporte como estrategia de paz se ha llevado a cabo en países como Somalia, Cisjordania, Gaza, Bosnia-Herzegovina, Macedonia, Tailandia, Sierra Leona, Ruanda, Sudáfrica, Zambia y Tanzania, a través de deportes como el Fútbol, el Rugby, el Basquetball, Voleibol etc.

Por ejemplo, en Ruanda, debido al conflicto étnico que sufrió ese país en el año 1994 cuando se dio el intento de exterminio de la etnia tutsi a manos de extremistas pertenecientes a la etnia hutu que dejó como saldo la muerte de más de ochocientos mil personas pertenecientes a los tutsis e intentando fomentar la reconciliación, la paz duradera, la igualdad de géneros, la conciencia de los derechos humanos, la sanación y la reconstrucción, la *Youth Sports Assosiation* creó en 1996 el club de fútbol denominado *Espérance* con el fin de subsanar los daños del genocidio, para el año 2001 se creó el programa de justicia comunitaria Gacaca que aceleró los procedimientos judiciales, además llevó a cabo el programa *Football for Peace* en donde solo las niñas pueden convertir los goles, como una forma de igualdad de género, mostrándole a los niños las capacidades de las niñas y promoviendo la asistencia de las mujeres a los eventos deportivos involucrándolas en la consolidación de la paz.

También el basquetball juega un papel en este proceso de sanación y reconstrucción, particularmente a través del torneo *Great Lakes Region Invitational Basketball Tournament* en donde participan diferentes etnias para que, a través de la competencia, unir a los grupos que antes eran enemigos; este se realiza en honor a un famoso jugador de basquetball que

murió durante el genocidio, finalmente para el caso de Ruanda, el voleibol en su modalidad adaptada (es decir para las personas que tienen alguna discapacidad física) promueve la unión de todos los implicados y afectados por el genocidio como consecuencia de las minas o de las amputaciones sufridas.

En el caso de Sudáfrica, el rugby ayudo con el fin del apartheid, es importante recordar este sistema de segregación racial consistió en una serie de políticas discriminatorias en donde la población blanca del país tenía la superioridad tanto política como socialmente sobre el resto de las razas, en especial sobre la raza negra, estas políticas se llevaron a cabo desde el año 1944 hasta 1994 cuando Nelson Mandela llegó a la presidencia de este país.

Para lograr un escenario de perdón, Mandela planteó el camino a través del deporte, en especial el Rugby, como el instrumento ideal para lograr unir tanto a la población negra como blanca para superar las diferencias que había generado el apartheid, y a través del equipo nacional, los *SpringBoks* consiguió que todo un país se uniera con el objetivo de conseguir el trofeo del mundial de Rugby celebrado en el año 1995 en este país. Este suceso generó en Sudáfrica diferentes iniciativas ligadas con el deporte, una de ellas por medio de un torneo de basketball a través del *Bridging Divides Program*, el cual tiene como propósito que los niños que participan aprenden y mejoran su tolerancia respecto a las diferentes culturas y etnias, además de trabajo en equipo y su liderazgo, además en el informe realizado por Lucius Botes y André Pelsler titulado *The impact of playing for peace's 'bridging divides'-program: an assessment* refleja que “Aproximadamente el 80% -90% de los encuestados afirmaron que los niños se llevaban mejor con los miembros de otros grupos raciales desde que se unieron al Programa, mientras que el 75% -85% indicó que los niños expresaron más interés en otros grupos culturales que antes de unirse al Programa”² (2005, p. 3) todo esto a través del basketball como herramienta de integración

² Traducción del autor

Además de la creación de una organización para las mujeres y el deporte WASSA, mujeres y deporte en Sudáfrica (por sus siglas en inglés) el cual pretende que las niñas y mujeres tengan una igualdad de oportunidades y de acceso para el deporte y la recreación y que sean las encargadas de tomar decisiones, ser entrenadoras para que puedan desplegar todo el potencial que poseen y disfrutar los beneficios que trae el deporte y la recreación.



Imagen 2. Nota sobre Jesse Owens tomada de la revista DK100 en conmemoración de los 100 años del periódico El Tiempo, 10 de mayo de 2010

Pero el deporte no solo ha sido instrumento para gestionar y construir una cultura de paz, históricamente se ha visto que este se ha usado como excusa para encubrir las atrocidades que varios gobiernos estaban cometiendo. Por ejemplo, las olimpiadas olímpicas de Berlín en 1936 sirvieron para que el régimen nazi de Adolf Hitler pudiera ocultar los diferentes atropellos que se estaban llevando a cabo hacia los judíos, mostrando a Alemania como un país tolerante y respetuoso para con los diferentes atletas de las diferentes nacionalidades que competirían, cosa que al final no se cumplió ya que numerosos atletas judíos fueron excluidos del equipo olímpico alemán sólo por su ascendencia; además que la publicidad que promovía los juegos olímpicos aludía a la idea de la raza aria además de los carteles que mostraban la cruz esvástica, símbolo del nazismo.

Para las olimpiadas de Múnich en 1972, ocurrió uno de los hechos más lamentables en la historia de los juegos olímpicos y que obligó a que las medidas de seguridad en las olimpiadas cambiarán de forma radical; en la madrugada del 5 de septiembre de 1972, ocho terroristas palestinos que se hacían llamar “septiembre negro” secuestraron a la delegación israelí exigiendo la liberación de 200 palestinos en cárceles de Israel, pero al ver que su exigencia no se cumplía, solicitaron un avión para huir a Egipto, Miguel Ángel García, periodista del diario español *Marca* en su reportaje sobre este suceso, expone algunas de las acciones ocurridas durante esta operación de rescate

Todo salió mal, empezando por la desastrosa operación que montaron las autoridades alemanas. Al frente de la misión antiterrorista estaban oficiales que no tenían ningún tipo de preparación especial para hacer frente a algo así (...) La falta de puntería y de organización dio tiempo a los terroristas a parapetarse tras los helicópteros. Tras una respuesta de disparos, en los que murió un policía alemán, hicieron estallar una granada dentro de uno de los aparatos, mientras que se pusieron a ametrallar el interior del otro. (2016, s. p.)

Los nueve rehenes israelíes, repartidos en ambos helicópteros y que se encontraban atados en el interior, no tuvieron la oportunidad de escapar, el saldo fue de 11 atletas israelíes muertos, 5 secuestradores y un policía alemán.



Imagen 3. Nota de prensa tomada del periódico El Tiempo, 2 de junio de 1978

El mundial de 1978 celebrado en Argentina también tuvo similitudes con los juegos olímpicos de 1936 ya que, en ese momento, el país estaba bajo la dictadura de Jorge Rafael Videla y en ese mismo año, el mundial de fútbol de la FIFA se llevó a cabo en ese año, este sirvió para ocultar todas las atrocidades realizadas por la dictadura, además de citados casos de corrupción, el diario el Clarín cita uno de los casos más recordados pero que jamás se pudo demostrar que fue verdad

Aunque nunca se pudo demostrar, la goleada 6-0 a Perú en semifinales manchó la historia de los mundiales de la FIFA. Tras el triunfo de Brasil (3-1 a Polonia), Argentina necesitaba más de tres goles de diferencia para avanzar a la final,

contra Holanda en el Monumental. Y en Rosario consiguió goles de sobra. Ninguno de los jugadores peruanos admitió coimas, aunque sí un hecho curioso: la intimidante aparición de Videla en el vestuario antes y después del partido. Un dato más: 15 días después de aquel partido, el gobierno le otorgó al país vecino una donación no reembolsable

Aunque dicho evento suscitó todo tipo de manifestaciones alrededor del mundo para boicotear la copa del mundo si ayudo a mostrar la lucha que emprendían las madres de la plaza de mayo por los desaparecidos por la dictadura. En Chile también se dio, durante la dictadura de Augusto Pinochet el estadio nacional de Santiago de Chile sirvió como centro de detención para los opositores a la dictadura, Tomás Bence para el diario *La Nación* escribió lo siguiente:

En el medio de la tribuna, detrás de uno de los arcos, un sector está exclusivamente dedicado al recuerdo. Ese lugar se mantuvo protegido, intocable. Allí abajo de esos viejos asientos que contrastan con el resto del color del estadio, funciona un centro de la memoria (...) los detenidos dormían en el frío y duro piso de piedra, con excepción de las dependencias habilitadas para mujeres, donde sólo algunas disponían de colchonetas. Durante el día, las personas se la pasaban sentadas en las tribunas del Estadio, mirando al campo de juego. Algunos podían charlar con su vecino o hasta lavar sus ropas. Pero en ese lugar aparecía en escena un temible personaje, el encapuchado, que reconocía entre los detenidos a los militantes de izquierda, que eran separados del resto de los detenidos y torturados. (2015, s. p.)

3.2 Deporte como estrategia para la paz

Teniendo en cuenta que el deporte se esboza como estrategia para la paz, se hace menester indagar en las investigaciones previas que sirvan como antecedente mostrando los beneficios

que trae que el deporte pueda pensarse como una estrategia en pro de la paz, los siguientes autores han analizado el deporte como estrategia social y como estrategia para la paz.

Uno de los primeros trabajos que piensan el deporte desde la perspectiva de la paz es la ponencia presentada por María Isabel Calderón y Rodrigo Martínez en el octavo congreso de ciencia política titulado *El deporte como herramienta esencial para lograr la paz y el desarrollo en el mundo: una aproximación al caso colombiano* (2015) en el cual se plantea que el deporte se puede trabajar en pro de la consecución de la paz, utilizando como base los conflictos que ocurrieron en Sudáfrica, Ruanda, Zambia y Tanzania y como el deporte actuó de manera positiva en la resolución de los mismos, para aterrizarlo al contexto colombiano del posconflicto y como, a través del punto 3 y 5 que son fin del conflicto y víctimas respectivamente, el deporte tiene una incidencia positiva en el posconflicto colombiano reintegrando a los excombatientes y ayudando a las víctimas en su proceso de reparación y perdón.

Por otro lado, se encuentra el documento *Deporte para el desarrollo y la paz: hacia el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio* (2003) realizado por la UNICEF, allí se propone al deporte como un aliado, ya que por su propia naturaleza, el deporte trata de la participación, la inclusión, la enseñanza de valores y la ciudadanía, uniendo a los individuos y a las comunidades en pro de superar las barreras culturales y étnicas que puedan existir, proporcionando un espacio para aprender habilidades tales como la disciplina, la confianza y el liderazgo y a su vez enseñando principios básicos como la tolerancia, la cooperación y el respeto, sumado al impacto que tiene sobre la salud ya que reduce la probabilidad de desarrollar muchas enfermedades o de que estas se agraven. Los programas de deporte sirven como herramienta eficaz para la movilización social.

De igual manera, Pablo Alabarces, en su artículo *¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?* (1998) publicado en la revista *Nueva sociedad*, habla de cómo el deporte ha logrado

permea de manera directa en la sociedad latinoamericana al punto de que ha cambiado sus costumbres, teniendo en cuenta que el deporte genera una identidad y subjetividad propias que permite permea en todos los aspectos sociales, también como un generador de cultura que llega al punto en que el deporte crea las representaciones de una sociedad por y para sí misma, añadiendo su aspecto de ocio como elemento innato en el deporte.

Antonio Hernández Mendo en su artículo *Acerca del ocio, del tiempo libre y de la animación sociocultural* (2000) publicado en la revista *ef deportes* nos remite a, desde varios momentos y de varios autores que han trabajado sobre este tema, el poder construir diferentes definiciones con base en lo anterior mencionado, de allí se desprenden definiciones como la animación sociocultural, entendida

como un paradigma de cambio de actitud, un comportamiento, algo que tiene lugar durante el tiempo libre (o durante la educación) y que no importa tanto lo que se haga sino el cómo se haga. La animación sociocultural permite que el ocio, independientemente de la actividad concreta de que se trate, sea una forma de utilizar el tiempo libre mediante una ocupación libremente elegida y realizada cuyo mismo desarrollo resulta satisfactorio o placentero para el individuo. (Jaume Trilla citado en Hernández Mendo & Morales Sánchez, 2008, s.p.)

También se entiende y se define al ocio como un trabajo no remunerado, que se puede encasillar como un bien abstracto de consumo que tiene la opción de elegirse en detrimento del aumento del nivel de vida y definiendo el tiempo libre como esencial para cualquier civilización, pero gracias al avance de la civilización misma, sería muy difícil tener tiempo libre sin que se genere un detrimento en la misma por lo cual no tendría cabida ya que generaría miseria en vez de felicidad y añade otro concepto el cual es recreación que la define como el desenvolvimiento que se da de manera espontánea y placentera para el hombre para atender diferentes necesidades psicosociales como entretenimiento y descanso.

3.3 Formas de narrar el deporte

3.3.1 Periodismo deportivo

El periodismo deportivo ha sido por excelencia la rama que se encarga de llevar toda la información deportiva que ocurre en cualquier parte del mundo, además de ser una de las ramas que mayor impacto social tiene, debido a la facilidad que tiene a la hora de transmitir su información y también a su fácil comprensión, ya que cualquier persona puede comprender la importancia, ya sea de un partido de fútbol como de una de las competencias de los juegos olímpicos.

Su crecimiento también se debe a la expansión y consolidación de medios como la televisión y el internet que han transformado al deporte en el espectáculo número uno y que han abierto nuevos espacios para el periodismo deportivo, contribuyendo al negocio en el cual se ha convertido el deporte en general. Como señala José Luis Rojas Torrijos

Lo cierto es que, más allá de esta doble dimensión, universal e intranacional, el periodismo deportivo ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de la Europa Meridional y América Latina, tanto en la prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales (2014, p. 3).

Junto a la expansión que ha tenido el periodismo deportivo, ha sido importante su evolución, de pasar a informar a proponer diferentes análisis sobre la realidad del deporte y todo lo que involucra al mismo, para ello hay que ver cual es el origen del periodismo deportivo y los factores que llevaron este cambio.

Los orígenes del periodismo deportivo se remontan a mitades del siglo XIX, cuando se daban los primeros cubrimientos de las carreras de caballos, peleas de boxeo, combates de

esgrima, competencias de ciclismo, entre otros, que dieron cuenta de los primeros acercamientos del periodismo al deporte, que encontraría su punto más álgido en el año 1896, momento en donde se revivió los juegos olímpicos que se celebraban en la antigua Grecia, llevados a cabo por el educador francés Pierre de Freddi, que buscó exaltar las virtudes que se ponían en juego en las justas tales como la disciplina, la perseverancia y la constancia. Para estas justas fueron 12 periodistas acreditados quienes cubrieron el evento, y gracias a la convocatoria realizada por los mismos, muchos de los 311 atletas participaron por dicha invitación.

Con la llegada del siglo XX, el interés en el periodismo deportivo creció, en parte gracias al lenguaje que era utilizado a la hora de contar los diferentes certámenes y competencias, el cual era tomado de los militares, que favoreció que las crónicas deportivas que surgían permitieran diversas comparaciones y metáforas entre los participantes de las competencias que a su vez se volvían más llamativas para los lectores y que contribuía aún más al espectáculo. Otro elemento que contribuyó al crecimiento del periodismo deportivo fue la utilización de las estadísticas, que permitía el seguimiento a cada participante o equipo de una manera más individual, que abriría una puerta al inicio de la mitificación de los competidores y a su transformación en dioses y a una creencia generalizada de que el deportista pareciera estar por encima de los demás.

Otro factor que influyó en el crecimiento del periodismo deportivo fue el auge y consolidación, tanto industrial como comercial, de la radio y la televisión, que impulsó el consumo de las historias sobre los deportistas o “nuevos héroes” y que consolidó sus diferentes hazañas ayudando a su mitificación como seres superiores, idea que a día de hoy se sigue manteniendo y que el periodismo deportivo se nutre del mismo, generando diversos debates sobre las nuevas figuras que tomarán la batuta cuando los diferentes deportistas que se acercan al final de su carrera se retiren de manera definitiva.

Por supuesto que, el periodismo deportivo en sus inicios solo informaba y contaba sobre las competencias que se llevaban a cabo en el mundo y las figuras, pioneras en su momento, que participaban de las mismas, pero no llevaba a cabo un análisis más profundo de diferentes cuestiones que empezaban a permear en el deporte, como por ejemplo el creciente interés político en el mismo, que se empezó a ver de manera clara en los años 1934 y 1936, con el mundial de fútbol de Italia y los juegos olímpicos de Berlín, que cambiaron tanto la concepción del deporte mismo y del periodismo deportivo en sí.

En el deporte cambió la idea de la competencia, la idea de la rivalidad uno contra uno donde ganar, empatar y perder eran las únicas opciones posibles se transformó en unos ideales políticos donde lo que importa es mostrar la superioridad de la nación y como la oportunidad perfecta de poder revalidar la doctrina que este en ese momento en el país vencedor. Este cambio se dio, como bien se dijo, en 1934 y 1936, donde la Italia fascista y la Alemania nazi aprovecharon tanto el mundial de fútbol como los olímpicos para mostrarle al mundo que su idea política de gobierno y nación era la más adecuada, como menciona Germán Arango Forero

El precepto deportivo del barón Pierre de Coubertin nunca más volvió a ser igual. El escenario natural de la rivalidad entre uno y otro para demostrar quién es superior bajo unas reglas de competencia claras, equitativas y justas, se transformó en un complejo sistema de intereses políticos en juego, que encontró en el escenario deportivo la mejor plataforma para revalidar su doctrina. (Arango Forero, 2005, p. 143)

Por supuesto, el periodismo deportivo no escaparía a este contexto, ya que gracias a la presión y censura que sufrió durante estos años, se tenían que celebrar los logros que se conseguían así fueran debajo de un entramado contexto político que se justificaba en estas victorias para todas las atrocidades que se cometerían años después, como las olimpiadas de

Múnich o la dictadura de Argentina 78'. Gracias a eso, el periodismo deportivo adquirió unos matices más educadores, críticas y analíticas frente a la realidad.

En Colombia este no es el caso, el periodismo deportivo no ha innovado en sus discursos, se sigue informando sin ahondar en un análisis más profundo, el periodismo deportivo colombiano sigue enfrascado en buscar polémicas que carecen de un verdadero trasfondo, dejando de un lado críticas y polémicas que puedan incidir en la realidad que vive el país, como la polarización generada a partir de la firma del acuerdo de paz, el escenario completamente nuevo que supone el posconflicto o los diferentes casos de corrupción que sufre organizaciones como la División Mayor del Fútbol Colombiano - DIMAYOR.

Se necesita una completa transformación a fondo en el periodismo deportivo colombiano, como afirma Arango Forero “en el ámbito colombiano, el reto del nuevo periodismo deportivo del siglo XXI implica, además, replantear la actual agenda informativa, centrada preferentemente en el registro superficial, el comentario técnico, la polémica y el análisis meramente subjetivo”(2005, p. 150) por ende, el reto del periodismo deportivo es abrir las fronteras a nuevos análisis y apostarles a nuevos retos que se presentan y pensar el deporte desde un nuevo ámbito, diferente al espectáculo que promueva una verdadera reflexión y que abra la puerta a una nueva visión y talento que pide una oportunidad y que es muy difícil que pueda conseguirse.

3.3.2 Periodismo de “espectáculo”

La idea y premisa básica del periodismo es servirle de bien a las personas, de informarlas y de presentar una mirada crítica, analítica y lo más imparcial que se pueda de la realidad, aunque en la actualidad esta idea pueda verse bastante afectada por dos factores ajenos al ejercicio periodístico, el primero de ellos pasa por las presiones políticas que se ejercen sobre los medios de comunicación al momento de publicar información que pueda generar un

conflicto de intereses en los altos mandos gubernamentales. Dicha presión puede pasar por la censura parcial o total del medio o la desacreditación de este y de la información que publica.

El otro aspecto importante es cuando la publicidad interfiere en el campo del periodismo, cuando es más importante vender y tratar a la información como mercancía, donde prevalece el morbo que genera una espectacularización de los hechos, donde titulares grotescos y con un amarillismo incipiente hacen fuerza y recrudecen el hecho que están contando para volverlo una novela con todos los condimentos posibles y en donde, de manera directa, se busca justificar el por qué del hecho que se informa, las razones que llevaron al incidente o el actuar de algún involucrado en el mismo y armar el mayor espectáculo de todos, explotando el suceso con casos similares, con estadísticas que lo único que buscan generar en los lectores es morbo.



Imagen 4. Nota de prensa tomada del medio Libertad Digital, 11 de septiembre de 2017

Este periodismo, llamado de espectáculo, se nutre de un mal ejercicio periodístico, donde no se contrastan las fuentes involucradas ni se realiza un ejercicio de investigación serio, donde no hay un rigor en la forma como se presenta la información ni se resalta lo verdaderamente importante de la noticia, sumado a que la primera plana o los titulares no son fieles al contenido de la noticia, su objetivo primordial es que el lector quede enganchado y

sienta la necesidad de seguir leyendo, viendo o escuchando para autoconvencerse de que esta “informado”, con el fin único de vender. Por supuesto que la publicidad no va relacionada a promover el deporte, sino a las empresas que patrocinan, por ejemplo, cuando salió a la venta las camisetas de las selecciones de futbol, los deportistas de la selección masculina posaron con ellas para la publicidad, pero se contrataron modelos para la línea femenina en lugar de, como el caso de los hombre, lo realizaran las deportistas, entonces las mujeres deportistas no obtienen el reconocimiento por sus logros deportivos, no aparecen en las publicidades relacionadas con este deporte y sufren el estereotipo de “lo vendible”.

Por supuesto, el lector juega un papel clave, por un lado, deposita su fe en los medios de comunicación pensando que la realidad en la que vive es la que los medios le cuentan, pero también, muestra la poca crítica y análisis de la información que se le está siendo presentada o como afirma Rubén Darío Buitron “los efectos de un manejo impositivo y unilateral de la verdad, como si esta fuera un hecho vertical, absoluto y fácil de explicar, se vuelven espiritual e intelectualmente castrantes para el lector. Lo van sumergiendo en un remolino de sensaciones, convicciones y certezas que lo insensibilizan y lo mantienen indiferente frente al dolor humano, la búsqueda de solidaridad y hasta la muerte del prójimo” (1997, p. 22)

Este efecto se puede ver claramente en la realidad colombiana, con el conflicto colombiano, que ha generado en los lectores, tele espectadores y radio escuchas un síntoma de indiferencia respecto a la muerte, pero si ha generado que sea indispensable que todo tipo de información tenga un contenido que incite al morbo y al espectáculo, así sea una masacre o una tragedia humanitaria.

Por supuesto, la idea del espectáculo en el periodismo ha permeado en todas las ramas, incluido en el periodismo deportivo, cambiando la idea de que el deporte puede contribuir a la construcción de los valores básicos en una persona como la honestidad, compañerismo, etc., a hacer que el deporte se transforme en un elemento mas a favor de poder llamar la

atención del lector o televidente y que lo incite a consumir y a pagar por contenido para poder mantenerse “informado”.



Imagen 5. Nota de prensa tomada del periódico EL TIEMPO, 10 de junio de 2016

A partir de esa premisa, los titulares de las noticias deportivas apelan a un lenguaje compuesto en su mayoría bélico, buscando polemizar en circunstancias que no se ameritan y favoreciendo y fortaleciendo la idea del espectáculo. Por supuesto, el deporte casi que, de manera innata, promueve el espectáculo, ofreciendo momentos icónicos que difícilmente puedan desaparecer de la memoria de las personas que o bien lo presenciaron o bien lo siguieron por algún medio, pero que el espectáculo sea el motor de poder informar es la idea que debe cambiarse, como señala Alfonso Mañas Bastidas al hacer una comparación con las luchas con los gladiadores y lo que ocurre con los deportes actuales, como el fútbol americano

De vez en cuando asistimos a la muerte de alguno de sus competidores, como hace 2.000 años podía suceder en cualquier anfiteatro romano, pero lo interpretamos en el contexto del espectáculo general en el que ocurre; la organización realiza la ritual muestra de duelo (que también se llevaba a cabo entonces) y todo vuelve a su curso normal. El espectáculo debe continuar, la masa debe seguir siendo entretenida” (2011, p. 13)

Desde el periodismo deportivo, dicho problema se ha detectado y se ha analizado, reconociendo que la necesaria espectacularización de cualquier evento deportivo obedece a la presión por parte de las diferentes empresas y compañías que pagan grandes cantidades de dinero, aprovechando el gran rating que alcanzan estos eventos promoviendo por supuesto, el consumismo, sacándole partida hasta al más mínimo detalle, pasando por los rumores de nuevos fichajes que, en el caso del fútbol, ya superan los más de 200 millones de euros hasta la nueva equipación que tendrán los equipos para la siguiente temporada, pero tampoco se ha hecho la gran cosa para cambiar esta realidad, al respecto Luis Antezza afirma

Actualmente, el fútbol es el más universal de los deportes y supone una multitud de articulaciones sociales. Debido a su continuidad y frecuencia competitivas, es mucho más significativo aún que las olimpiadas. La red económica que implica es tan extensa y poderosa que, como se sabe, la FIFA es toda una multinacional, y la maraña empresarial ahí articulada es omnipresente. Su articulación con los medios de comunicación masivos es tal que hoy en día, por ejemplo, uno puede pasarse días y días enteros viendo fútbol por TV: no sólo ya innumerables ligas (inter)nacionales, sino también múltiples campeonatos continentales, justas intercontinentales y, por supuesto, una serie de noticieros y programas relativos” (2003, p. 53).

No solo hay que contar y transmitir el deporte desde el espectáculo, hay que darles espacio y cabida a nuevas formas, hay que comprender que el deporte puede y cumple otras funciones en la sociedad más allá de entretener y promover el consumismo, generando un desequilibrio económico y social tan severo que se puede tornar hasta ridículo y que raya la ficción, por ejemplo, los grandes equipos de fútbol europeos aprueban hasta 500 millones de euros o más y estas cifras son aplaudidas por la prensa y hasta hacen llamados desesperados por el fichaje de un jugador, un ejemplo de esto lo da Sergio Villena Fiengo cuando menciona que

Así, gracias a la entusiasta –e interesada– labor de los medios de comunicación masiva, el espectáculo futbolero, entendido como el conjunto de actos escénicos y actos de habla que tienen lugar dentro y fuera del estadio, se constituyó en una fundamental esfera o arena pública, en mucho ritualizada, en la que se (re) producen contenidos y principios generativos de percepciones y representaciones acerca de lo que los diversos sectores sociales definen como característico de “lo nacional” en las dimensiones de lo estético y lo moral” (2003, p.259)

Y mientras este espectáculo permea en la sociedad, hay varios países que se hunden en la pobreza y sin las condiciones mínimas para vivir de manera digna y a los que los medios, a pesar de cubrir la situación que acontece en estos países, pareciera que no les da la importancia que necesitan y requieren.

Ideas y proyectos para combatir la desigualdad y demás problemas que afrontan estos países hay demasiados, entre ellos el deporte, que a través de sus grandes entidades aporta diferentes insumos para combatir esta problemática e incentivando que sus ciudadanos participen de manera activa, pero todas estas acciones no se ven en los medios de comunicación, ni siquiera en sus secciones deportivas que se supone deberían ser las encargadas de tomar la responsabilidad de contar al resto de personas que son ajenas, cosa que no sucede y que es difícil encontrar.

El periodismo deportivo debe ser el encargado de dar ese cambio, de dejar a un lado todo el factor espectáculo que rodea al deporte y empezar a mirar hacia el lado mas humano que el deporte puede ofrecer, pero sin responder a modelos consumistas y amarillistas, sino apostando a un componente más humano, que responda a lo verdaderamente importante que es apoyar todos estos proyectos, que sea capaz de registrar sin temor alguno y que pueda criticar el sistema consumista en el que el deporte está sumergido, abriendo la mente a nuevas propuestas que puedan contribuir al buen hacer del periodismo deportivo.

Una de estas propuestas es desde la mirada de la paz, teniendo en cuenta que el deporte puede influir en la consecución de la misma y los casos en los que ha sido utilizado con éxito, como los casos de Sudáfrica y Ruanda, puede abrir una nueva mirada para el periodismo deportivo de como se puede y debería pensar el deporte, teniendo en cuenta el contexto de varios países que buscan una igualdad y equidad en todos sus sectores y que apuntan al deporte para la consecución de la paz y equidad.

Por supuesto no es algo sencillo de realizar teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, pero si el periodismo deportivo no puede lograr contar el deporte desde una perspectiva para la paz, hay que buscar otras ramas del periodismo que sean capaces de contar el deporte bajo esta mirada, que sean capaces de mostrar el lado mas humano del deporte y de la paz.

3.3.3 Periodismo cultural

El periodismo cultural, como su nombre bien lo indica, abarca la cultura en general, es la rama periodística más cercana a las personas puesto que se nutre de primera mano de las costumbres, creencias y rasgos de los habitantes de un país que constituyen la cultura y sobre las cuales este periodismo subsiste, al respecto María J. Villa afirma

Todo periodismo es, en definitiva, un fenómeno cultural por sus orígenes, objetivos y procedimientos; periodismo cultural y sus maneras de manifestarse, tanto en las formas más específicas (revistas especializadas) como en los que nos encontramos en una zona de "indefinición", situada entre lo que se entiende por periodismo y literatura, por un lado; y por el otro denominados artísticos. (Villa, 2000, s. p.)

Al respecto, Silvia Barei añade “la amplia circulación de periódicos y proyectos culturales ha incrementado la dedicación a la crítica y la profesionalización del periodista cultural y ha llevado a pensar a sus mismos participantes acerca del modo en que ese periodismo y su labor crítica participan en el sistema de la cultura” (1999, pág. 50) y es que la

creación de diferentes espacios culturales permiten una mayor divulgación de diferentes temas que en los medios tradicionales se trabajen desde un enfoque diferente, en este caso, el deporte.

Al igual que otras ramas del periodismo que se han tenido que, de cierta manera, reinventar sus formas de poder contar los sucesos, apelando a las nuevas tecnologías y la inmediatez que el mundo hoy en día solicita con los hechos que son de materia periodística, el periodismo cultural ha tenido que cargar con la transformación constante de la cultura y con la globalización de esta, producto de la hiperconectividad que tienen los países hoy en día.

Aunque el periodismo se ha dividido en numerosas ramas para dar cabida a toda la información, también se puede entender que el periodismo de por sí es una expresión cultural, ya que refleja la situación de una sociedad y sus cambios con el paso del tiempo

Todo periodismo, en definitiva, es un fenómeno ‘cultural’, por sus orígenes, objetivos y procedimientos, pero se ha consagrado históricamente con el nombre de ‘periodismo cultural’ a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, las ‘bellas letras’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos. (Rivera en Vázquez, 2003, p. 7)

Como bien se subraya en la anterior cita, el periodismo cultural se ha decantado y encargado de contar las bellas artes, las bellas letras y la crítica sobre diferentes contextos que permean en la sociedad, e incluyendo la cultura popular, poniendo también en juego lo que es la vida cotidiana, las tradiciones, las creencias y costumbres y todas las expresiones que hagan hincapié en esta “cultura popular”, entre ellos el deporte.

El crecimiento del periodismo cultural ha abierto el espacio a varios suplementos en los tirajes de los más grandes periódicos del mundo, que le apuestan a contar de manera más cercana a los lectores diferentes sucesos que, aunque parezcan en varias ocasiones alejados de su cotidianidad, de una u otra manera impactan en su diario vivir.

Pero la idea de periodismo cultural se distorsiona en la televisión, donde las grandes cadenas en sus respectivos noticieros confunden este periodismo con espectáculo puro, donde las noticias que imperan son farándula, escándalos de las celebridades, novedades en materia musical y demás, pero que se habla verdaderamente de periodismo cultural cuando eventos como la feria del libro o el festival iberoamericano de teatro consiguen la relevancia suficiente, como subraya Kintto Lucas mencionando que

Primero, tenemos que entender a la cultura como una dimensión creativa de la vida cotidiana donde se modela el que hacer humano. Es necesario que los periodistas entiendan que la cultura no se trata únicamente de exposiciones, espectáculos, presentaciones de libros, si no de la cotidianidad de la gente. Lamentablemente, como dice Jesús Martín Barbero, tratar la cultura desde este punto de vista es difícil por que los periodistas culturales están marcados por la rutina de una agenda cultural muchas veces mediocre” (1999, p. 85)

Esto ha generado una distorsión sobre lo que se percibe como periodismo cultural, ya que por un lado esta el trabajo que realizan las revistas y suplementos netamente culturales y que son entendidas como publicaciones que van dirigidas a un público más selecto, que puede ser más letrado o elitista, gracias también a la creencia de que la cultura se encasilla en obras de teatro o libros de grandes escritores y por el otro lado esta lo que se ve en los noticieros de televisión que es espectáculo camuflado de periodismo cultural.

4. MARCO METODOLÓGICO

El enfoque que más se ajusta a la investigación, dada su naturaleza netamente investigativa y sin tener un actor o colectivo social al cual investigar, es el histórico-hermenéutico, trabajado desde Habermas, quien define a la hermenéutica como “la posibilidad de considerar un acontecimiento desde una doble perspectiva, no sólo como acontecimiento objetivo y material, sino como un evento que puede comprenderse e interpretarse”(Citado en Ortiz 2015, p. 20) siguiendo esta premisa, para el desarrollo de esta investigación y en pro de analizar, interpretar y comprender el deporte como estrategia para la paz desde el periodismo cultural fue vital la compilación y registro de acontecimientos-y su narración- en periódicos nacionales.

A partir de allí, el método preciso para llevar a cabo dicho enfoque es un análisis de contenido, desde Fernández se entiende que

El propósito básico del análisis es la identificación de determinados elementos componentes de los documentos escritos: letras, sílabas, lexemas, fonemas, sintagmas, palabras, frases, párrafos, títulos, caracteres, reactivos, secciones, temas, asuntos, medidas de espacio, medidas de tiempo, símbolos, etc. y su clasificación bajo la forma de variables y categorías para la explicación de fenómenos sociales bajo investigación. (Fernández, 2002, p. 37)

Este enfoque permite observar y comprender cómo en los periódicos deportivos y suplementos culturales se narra el deporte y demostrar que éste sólo se cuenta a través de los ojos del espectáculo, que se deja a un lado su condición como una pieza fundamental en la estrategia para llevar a cabo la paz, identificando qué formas narrativas se usan al momento de transmitir cualquier evento deportivo y a partir de allí poder plantear nuevas formas narrativas para que el deporte sea narrado desde la mirada de la paz.

Así entonces, esto va ligado a la metodología interpretativa-comprensiva “se cuestiona que el comportamiento de los sujetos está regido por leyes generales y caracterizado por regularidades subyacentes. Los esfuerzos del investigador se centran más en la descripción y la comprensión de lo que es único y particular” (Ortiz Ocaña, 2015, p.22), dicho esto, se podrá llevar a cabo un análisis más concreto del por qué el deporte sigue contándose desde el espectáculo y por qué no ha cambiado dicha forma teniendo en cuenta el contexto en el que actualmente se encuentra Colombia.

A través de la investigación documental se implementó una herramienta en forma de matriz³ que permitió observar de forma cualitativa y cuantitativa como se ha trabajado el deporte en diferentes periódicos; dicha matriz contiene el nombre del autor del escrito, el título del escrito, un comentario y la categoría a la que dicho texto pertenece junto a un comentario crítico, en líneas generales tiene dos variables

- Que su contenido sea deportivo (en general)
- Que el deporte se trabaja desde la mirada de la paz

Esta metodología amplió la comprensión de por qué el deporte aún se cuenta como un mero espectáculo –al menos principalmente- y no se ha pensado bajo nuevas perspectivas (en este caso la paz).

La investigación requirió la consulta de material periodístico y de prensa del periodo entre en los años 1994 y 2016. Al ser material de consulta se debe recurrir a las bibliotecas (Hemeroteca Luis Ángel Arango y Biblioteca Nacional) las cuales, en su sala de hemeroteca, cuentan con el material de prensa de dichos años que permitirán llevar a cabo el análisis de contenido necesario para observar qué enfoque se le ha dado al deporte y que narrativas han sido utilizadas para la transmisión del mismo, teniendo en cuenta la accesibilidad a dichos elementos, los cuales en su mayoría se encuentran en rollos microfilmados, como la

³ La matriz se puede ver como anexo a esta monografía

movilidad que tiene el investigador para llegar a las bibliotecas que hacen parte tanto de la Red de Bibliotecas Públicas así como del Banco de la República.

Para objetos de la investigación, se analizaron 5 periódicos, dos de tiraje nacional (El Tiempo y El Espectador) y 3 regionales (El Mundo, La Nación y El Universal) de las ciudades de Bogotá, Medellín y Cartagena para ver como de manera macro y micro se trabaja el deporte, que temáticas se trabaja, si se informa o se realiza un análisis más serio sobre las implicaciones sociales que tiene el deporte y ver que deportes aparecían y observar que se entiende por deporte en estos medios de comunicación, que deportes predominan en las páginas de los periódicos y el tratamiento que se le da a los deportes que no son predominantes en los tirajes. Se escogió la prensa como fuente de análisis ya que esta tiene un mayor alcance para las audiencias, más allá de la expansión de la televisión, la radio y el internet, la prensa tiene una mayor libertad de espacio y tiempo para poder desarrollar mejor las noticias que surgen a lo largo del día.

De igual forma, se tuvo en cuenta que en los periódicos hay un día específico en donde se desarrolla de manera extensa toda la información deportiva, por lo general es el lunes luego del fin de semana donde se llevan a cabo los eventos deportivos y son los días donde los aficionados del deporte buscan con mayor afluencia los periódicos. Hay que aclarar que para el desarrollo de la matriz de análisis solo se escogieron noticias que sean informativas, se dejaron a un lado noticias que trabajen el deporte como espectáculo, bajo este criterio se seleccionaron 120 noticias para hacer un análisis de los deportes que allí aparecían, siendo el fútbol el claro dominante con 67 noticias frente a las 23 de ciclismo o las 11 de tenis, lo cual deja ver que los medios de comunicación entienden al deporte como fútbol pero desde el espectáculo.

Cabe aclarar que se dejaron por fuera noticias que no tuvieran ningún valor informativo, solo las que de verdad mostraran un ejercicio periodístico, aunque apenas dos noticias podían

llegar a relacionarse con el deporte como estrategia para la paz si se les hubiera dado un enfoque diferente.

A largo plazo, la investigación podría generar un cambio en la forma en cómo el deporte se cuenta y se transmite al público, en este caso por medio de la prensa, aunque a corto plazo no supondría un cambio importante ya que esta investigación se basa en la recolección y posterior análisis del material periodístico que deja a un lado una gran parte del público. De igual manera, la tecnología que se utilizó fueron los rollos microfilmados y las máquinas que posibilitan la visualización del contenido ya que son estos rollos los que contienen la información que permitirá llevar a cabo el análisis de las narrativas que se utilizan para contar el deporte.

Se analizaron diferentes momentos que trascendieron en la historia del deporte y que permitirán ver cómo se ha trabajado del deporte, por ello se escogieron las olimpiadas de Berlín y Múnich de 1936 y 1972 y el mundial de fútbol de 1978, momentos que cambiaron la concepción del deporte como una rivalidad sana de demostrar la superioridad entre los competidores a una superioridad de una raza o una nación sobre otra y que sirvieron como excusa para un encubrimiento de las diferentes atrocidades que se llevaban a cabo, aunque desde el periodismo deportivo se siguió cubriendo el espectáculo y no se hizo una crítica o una mirada al contexto en el que se llevaron a cabo esos eventos deportivos, lo cual afirma la idea de que el deporte se trabaja como un espectáculo.

También se recogió información sobre el asesinato de Andrés Escobar en 1994, que refleja la realidad en la que se ha visto envuelta Colombia con el conflicto armado y como afecta al deporte, en este caso el fútbol, el cual una vez más fue trabajado como un espectáculo, transformando al jugador en un mártir pero haciendo ajeno al deporte de la realidad colombiana, lo cual debe cambiar ya que como se ha mencionado, el deporte debe estar involucrado en la realidad de la sociedad. La selección de estas fechas permitió ver desde un

contexto histórico como el deporte se ha trabajado a lo largo de la historia, arrojando como resultado que se trabaja como espectáculo, a pesar de los condicionantes en los que se llevaron a cabo los diferentes torneos o las consecuencias por un error que es fortuito del juego pero que no impiden que el deporte se conciba como un elemento que contribuye al espectáculo.

4.1 Análisis de la información

Gracias a la información recolectada para el desarrollo de la matriz de análisis, hay que aclarar que, en los medios de comunicación, en este caso impresos, se entiende que el deporte se trabaja desde el espectáculo, para el análisis se escogieron noticias de los medios de comunicación impresos, ya que lo que se busca es ampliar el espectro del deporte como estrategia para la paz a los medios impresos, mostrando que este tema también se puede trabajar fuera de las revistas y suplementos culturales, pero que al momento de trabajarse en la prensa se mantenga la línea cultural. A partir de allí las noticias deportivas están sujetas a transmitir una información, bien sea de alguna competencia que este en disputa o de diferentes acontecimientos que surjan en la competencia, lo cual resulta que muchas de las noticias analizadas vivan de la inmediatez y tampoco representen una noticia trascendental. En cuanto a las noticias con una mayor extensión, se ve el uso del lenguaje bélico propio de los conflictos armados, que ayuda a enaltecer el espectáculo que se crea alrededor de cualquier competencia deportiva añadiendo a esto que se usan los diferentes testimonios que se recogen de los competidores y que se usan para generar una batalla entre los “favoritos” para ganar la competencia, lo cual de cierta forma incita a un conflicto que se vuelve innecesario.

Un elemento a destacar es la poca variedad en deportes que se manejan en los medios impresos, siendo el fútbol y el ciclismo los que imperan en los medios de tiraje nacional y en dos de tiraje regional, siendo EL HERALDO el único que le daba cabida a otro deporte como

es el beisbol, pero que se le de cabida a otros deportes no implica que se trabajen de otra manera que no sea el espectáculo; estos deportes encuentran su espacio cuando hay algún evento que sea digno de mencionarse, por ejemplo con las olimpiadas o cuando algún deportista colombiano consigue algún reconocimiento en el deporte que practica. Otro elemento para resaltar es que muchas de las noticias que se usaron en la matriz de análisis no llevaban el nombre del periodista que la había escrito, que da a entender que cualquier persona podría informar sobre la actualidad deportiva, sea periodista deportivo o no y que no debería ser así ya que se minimiza la labor del periodista.

Otro elemento que arrojó el análisis es la poca variedad que hay en los temas que tratan las noticias, los cuales por lo general son actualidad deportiva, testimonios de los participantes y resúmenes de las jornadas de los diferentes campeonatos y torneos que se disputan y que se amplía un poco cuando algún evento extraordinario ocurre, como lo fue el anuncio de Messi de su retiro a la selección argentina o el título de Atlético Nacional de la copa Libertadores que supuso también una serie de crónicas aumentando el espectáculo generado alrededor de la final, así pues, todas las noticias terminan apuntando a trabajar al deporte como espectáculo, además que teniendo al ciclismo como los mayores “exponentes” trabajados por los medios impresos no permite ahondar en como se pueden trabajar otros deportes y como estos podrían recibir un tratamiento diferente al espectáculo, es más, esto no sucede con el ciclismo y el fútbol lo cual encasilla al deporte como una distracción para las masas y poco más.

A partir de allí se plantean nuevos temas que contribuyen al desarrollo de la investigación y que permiten ampliar la perspectiva de como trabajar el deporte, en este caso como una estrategia para la paz, ampliando también los temas que se pueden trabajar en las diferentes secciones deportivas y que claramente no son los habituales.

Por ejemplo, el tema del narco fútbol no es rutilante en los medios impresos y cuando aparece, es en forma de denuncia. Sin duda que el narcotráfico afectó de manera muy grave a la sociedad colombiana y permeó en todos los espacios de la sociedad. Por supuesto el fútbol no fue la excepción, ya que los grandes capos como Pablo Escobar; Gonzalo Rodríguez Gacha y Gilberto Rodríguez Orejuela se interesaron en 3 de los equipos más representativos del rentado nacional como lo son Atlético Nacional, América de Cali y Millonarios, aunque se sabe que mas capos tuvieron nexos con más equipos como el Deportivo Pereira, Unión Magdalena e Independiente Santa Fe.

Aunque no se sabe a ciencia cierta la fecha en que empezó la llegada de dineros del narcotráfico al fútbol, se cree que fue recién entrada la década de los años 80 con el América como campeón y trayendo a grandes figuras cuando era mas un equipo de mitad de tabla. El objetivo era utilizar una fachada para poder lavar el dinero procedente de la venta y tráfico de drogas y aprovechando el poco control que había sobre las finanzas de los clubes se presentó el perfecto escenario. Quintero Alvarado (2017) menciona que gracias a la fragilidad de la estructura del fútbol profesional colombiano y a la fragilidad del estado de no poder garantizar la seguridad permitieron la entrada de dineros ilegales pero que permitieran una mejor calidad en el deporte.

A partir de allí se plantea el escrito en el cual se pone en contexto la situación del América de Cali, el cual tuvo que sufrir de manera directa las consecuencias de los nexos con el cartel de Cali al punto de sufrir hasta un descenso, pero que implicó un cambio estructural en la forma como se maneja el club y un resurgir, comienzo dejando a un lado la sombra de una de las épocas más oscuras de Colombia y que recrudesció el conflicto armado. Este escrito se acopla a los objetivos del trabajo ya que apuntarle a la construcción de la paz también significa un nuevo comienzo en donde el perdón y la reconciliación sean el eje fundamental y

donde el deporte también puede aplicar estos elementos para dejar atrás un pasado tan oscuro para que no se repita.

Como segundo artículo, se presenta la equidad de género, el cual ha sido una lucha constante de las mujeres por lograr un estatus igualitario en la sociedad con los hombres, buscando condiciones igualitarias y equitativas en los ámbitos laborales y sociales que históricamente han sido dominados por el género masculino; aunque esta lucha de las mujeres ha traído grandes logros importantes como su reconocimiento pleno de derechos, como el acceso a la educación y salud, el poder votar y el acceso al mercado laboral, aun no llega de pleno debido a que en varios sectores, la inequidad domina y las mujeres aún siguen estando sometidas al deseo del hombre.

Aun cuando en diferentes espacios de la sociedad la mujer ha podido lograr grandes avances en cuanto a la equidad de género, en el mundo del deporte dicha incorporación no ha podido darse muy fuerte ya que este sigue teniendo como base el apuntarle a la innovación y crecimiento de este y dejando al deporte femenino en un segundo o tercer plano. Desde las olimpiadas de París en el año de 1960, la inclusión femenina en el deporte se empezó a trabajar, aunque de manera muy lenta si se tiene en cuenta que el deporte masculino ha acaparado la atención de los medios y los grandes capitales se concentran en la rama masculina. Como señalan García Avendaño, Flores Estévez, Rodríguez Bermúdez, Bitro Navarro y Peña Oliveros quienes afirman que la participación de las mujeres está relacionada con las condiciones socio culturales y socio económicas de las sociedades y destacan que, particularmente en las sociedades occidentales, la limitación de las prácticas deportivas se debe a una “deficiencia biológica” y que se apela a un posible daño a sus capacidades reproductivas (2008). Lo cierto es que el deporte femenino merece un mayor reconocimiento y un mayor apoyo por parte de la sociedad y los medios de comunicación, que parecen ignorar la existencia del deporte femenino y no se mantiene actualizado salvo cuando se

consigue algún logro importante, que genera una presión mediática en donde las secciones y medios especializados deportivos toman al deporte femenino como el estandarte de un cambio social y donde surgen numerosas críticas a la falta de apoyo que las competidoras reciben, pero que apenas sobrevive poco más de una semana hasta que queda en el olvido.

Es por esto por lo que el artículo de la equidad de género resulta fundamental ya que, aunque los medios impresos celebran las victorias deportivas que impliquen la participación de una mujer no se le da la importancia a los avances en el deporte femenino y con este artículo se pretende abrir un mayor espacio para el deporte femenino.

El tercer artículo toca el cómo el deporte ha funcionado como un escape y una forma de entretenimiento que hace que los problemas desaparezcan por un tiempo o se camuflen, gracias a esto, la corrupción, la desigualdad económica, los atropellos a los derechos humanos o los escándalos que podrían desestabilizar a un gobierno han encontrado una cortina de humo en el deporte para desviar la atención del público y poder encubrir todos estos sucesos.

Este escrito va enfocado a la desigualdad económica, entendiendo que el deporte, como empresa, genera millones y millones de recursos, sea en publicidad, venta de insumos (sean deportivos o no) que hagan referencia al evento que se va a llevar a cabo, boletería, patrocinios y derechos de transmisión televisiva y que permite que los equipos, franquicias y deportistas que compiten de manera individual, estén catalogados dentro de la lista Forbes⁴ como las personas con más ingresos a nivel mundial, sea también el generador de una distracción de las realidades que muchos países están enfrentando y de temas que para la estabilidad social, política y económica sean trascendentales, como por ejemplo el plebiscito que se realizó en Colombia en el año de 2016 pero que coincidió con la realización de la copa

⁴ La lista Forbes se puede consultar en el siguiente link <https://www.panorama.com.ve/deportes/Los-10-deportistas-mejor-pagados-de-la-decada-segun-la-revista-Forbes-20191230-0069.html> que muestra las grandes cifras que obtienen los deportistas, que vienen de los grandes contratos publicitarios y los salarios que cobran en sus clubes.

América, Eurocopa y juegos Olímpicos que distrajeron a la ciudadanía y a la opinión pública de una de las decisiones más importantes sobre el futuro del conflicto armado y la firma del acuerdo de paz, tal y como menciona Rodríguez (2012)

En definitiva, el producto de una actividad deportiva profesional, en muchos casos, no es solamente el partido sino también la competición deportiva o el campeonato. Por ello, una empresa o equipo, no puede producir ingresos o generar utilidades aisladamente, sino que debe tener la cooperación de una segunda empresa para “producir” el partido y de varias empresas más para producir el campeonato y los demás efectos externos. (pág. 6)

Esto genera que el deporte se transforme más en un espectáculo, en un show mediático que lo aleja de poderse transformar en un componente social que pueda contribuir a la construcción de paz, sobre esto, el escrito es un intento por reflejar el deporte a servicio de la maquinaria del espectáculo y de la publicidad, cambiando la idea de una actividad que permite la unión y la integración, a un negocio que puede ser motivo de polarización y de conflicto, que parece no tener una solución.

El último artículo de opinión gira en torno a los protagonistas del deporte, los deportistas, los competidores que se preparan para dar lo mejor de sí y que mantienen a las diferentes ramas deportivas vivas. Pero en este artículo se comprende que los atletas y competidores son transformados en una especie de deidad, potenciado por los medios de comunicación y la publicidad.

Si bien que últimamente, muchos deportistas han impuesto muchas marcas que no tienen precedentes y que han potenciado a los diferentes participantes a superarlas, estos no dejan de ser personas dedicadas a hacer lo que más les gusta, no dejan de ser atletas; pero es gracias a esto, que los medios y las grandes marcas publicitarias aprovechan para enaltecer su figura a niveles altísimos, tanto o más que la importancia de un presidente o del mismo papa.

Por supuesto que este acontecer se ve más claro en el fútbol, en figuras como Lionel Messi o Cristiano Ronaldo, que cada partido que juegan supone, para las transmisiones deportivas, como si el mismo Dios se presentará en el terreno de juego e hiciera un milagro cada vez que tocan la pelota, marcan un gol o hacen gala de sus dotes futbolísticos. Incluso, su “rivalidad” fabricada por el periodismo deportivo, se asemeja al cristianismo y el islamismo y encontrara en estas dos personas toda la representación de sus valores y principios. Y esto se esparce a los demás deportes como en el tenis (Nadal y Federer), en la fórmula 1 (Hamilton y Vettel), en el boxeo (Mayweather y Pacquiao) y así sucesivamente.

Como se ve, se busca siempre mitificar a los deportistas, aprovechando también la situación de logro donde esta idea puede llegar aún más fuerte a las audiencias, situación que es aprovechada por la publicidad también, como señala Herrero, citado por Herrero Gutiérrez, Barredo Ibáñez y Oller

Por último, en lo que a la publicidad se refiere, en un estudio anterior se planteaba la posibilidad de si determinados anuncios –como los analizados en este estudio– buscan algo más que la venta de un producto o servicio: “¿Podría decirse que algunos anunciantes simplemente insertaron mensajes de apoyo a la Selección para, de alguna forma, fortalecer su ‘imagen de marca’?” (2013, pág. 12)

Sobre estas bases el escrito se desarrolla para mostrar que la mitificación en el deporte funciona en pro de la publicidad y el espectáculo, alejando al deporte de nuevas formas de desarrollarse, ya que este tiene más funciones que prestar a sus representantes como objetos de distracción y de generar dinero, como por ejemplo incidir en la construcción de una cultura de paz, que pueda incidir y aportar para lograr dicha cultura.

4.2 Resultados

Como resultados del análisis, en primera instancia se resalta que el deporte se entiende y se encasilla en los medios como fútbol y ciclismo, lo cual limita de sobre manera entender

que el deporte no son solo estas dos ramas, además de que ambos son trabajados de la misma forma, buscando el espectáculo a través del lenguaje bélico y usando las declaraciones de los competidores pero que al final es un juego de la prensa que no tiene mas implicaciones, lo remarcable es que otros deportes como el tenis, el boxeo, el atletismo entre otros aparece cuando la ocasión lo amerita, es decir, cuando hay un evento de tal magnitud que es imposible no hablar del mismo o cuando algún deportista consigue algún reconocimiento, fenómeno que lleva a un sesgo de la información y que plantea la duda sobre si los otros deportes no representan una fuente de información para los periodistas deportivos.

A partir del análisis de las noticias usadas en la matriz, surgen los productos escritos como una forma de mostrar que el deporte se puede trabajar bajo una perspectiva diferente, tocando temas que no son los habituales en las secciones deportivas, siendo por ejemplo el narco fútbol abordado no desde una denuncia si no bajo la mirada del perdón y de la no repetición a través del América de Cali, equipo el cual ha sufrido una transformación para dejar atrás pero para no olvidar el fantasma del narcotráfico y de la guerra sin cuartel que se libró en los años 80 y 90 y que ha dejado secuelas en la sociedad colombiana, siguiendo por la equidad de género en el deporte, que ha visto como a lo largo de su historia ha sido dominado por los hombres y que ahora le ha costado adaptarse a las deportistas que buscan hacerse un espacio, claramente como una apuesta hacia la paz y que los medios tradicionales poco o casi nada hablan sobre este tema que genera mucha violencia y conflicto pero que con la ayuda de una herramienta como el deporte, este fenómeno puede al menos apaciguarse un poco. De igual manera se trabaja la desigualdad que supone el deporte en materia económica frente a diferentes países que afrontan dificultades en materia económica, tema que no es trabajado en los medios de comunicación y del que en muchas ocasiones recibe una admiración por los medios como señal de poderío y superioridad y finalizando con la mitificación que reciben los deportistas en las diferentes noticias deportivas, basados en las diferentes marcas que

hacen que puedan sobresalir sobre el resto de competidores pero que a la final no suponen una gran importancia y si contribuyen a alejar el deporte de su componente social y de ser pensado como una estrategia para la paz.

De igual manera, la falta de nuevos temas hace que las noticias que se presentan en las secciones deportivas estén faltas de profundidad y no supongan una novedad para contar el deporte, es aquí donde se ve la precariedad del periodismo deportivo colombiano que no se ha preocupado por innovar en su forma de interpretar y analizar el deporte y bajo tecnicismos y conceptos que pueden ser confusos para el lector pero que cubren la pobreza a la que se enfrenta el periodismo, en este caso el deportivo.

Para demostrar que el deporte se puede trabajar como una estrategia para la paz desde el periodismo cultural, es importante dar cuenta efectivamente de que esto se puede llevar a cabo, por ende, como resultado de este trabajo de investigación, además del análisis anteriormente expuesto se presentan cuatro artículos de opinión y un producto radial, estos escritos finales apuntan a un alejamiento del deporte como espectáculo, haciendo ver que el deporte tiene un componente social que puede y debe ser trabajado por los medios de comunicación, dándole la misma importancia que al espectáculo ya que de manera innata el deporte ofrece un factor de entretenimiento, pero que este factor no sea el único que se trabaje en los medios de comunicación, cambiando el imaginario que se tiene de deporte; todos los escritos además apuntan al periodismo cultural, apoyándose en su estilo narrativo de un toque crítico pero que pueda generar una conexión mucho más cercana con el lector.

4.2.1 Producto radial: *Voces deportivas*

Aunque en un primer momento solo se contempló la opción de trabajar el deporte como estrategia para la paz desde los artículos de opinión, con el apoyo de la Asociación cristiana

menonita JUSTAPAZ y su emisora *El Portavoz*, se abrió el espacio para poder crear un programa deportivo, pero con un enfoque orientado a su papel en la construcción de la paz.

La emisora *El Portavoz* surge como una forma de poder contar de primera mano las noticias más importantes de las regiones donde el conflicto armado ha tenido sus operaciones y donde la Asociación tiene su mayor incidencia y accionar, puesto que muchos acontecimientos que resultan de gran importancia en esta parte de Colombia, en su mayoría no son tratados por los medios de comunicación masivos., quienes infortunadamente cada día dan mayor espacio (ya sea en la televisión, radio o prensa) a noticias relacionadas con hechos violentos que, como señala Espinoza Bonifaz conlleva a efectos directos en la conducta, desensibilización y percepción distorsionada de la realidad. (2017, p. 145)

Al tener un contacto con las regiones, se establece un puente con los líderes y líderes sociales para conocer de primera mano la aplicación del acuerdo de paz y los diferentes beneficios que ha traído para sus comunidades, así como nuevas problemáticas que han surgido y muchas que estaban acentuadas y que se han transformado a partir de la firma e implementación del acuerdo. De igual manera, se le apunta a la construcción de una paz desde diferentes acciones no violentas y que apunten a una igualdad y que la voz de las regiones pueda ser escuchada por parte de los entes gubernamentales del país.

A partir de allí el contenido y la programación de la emisora gira en torno a acciones no violentas que fortalezcan la construcción de paz, apoyándose en las ramas de trabajo de JUSTAPAZ las cuales son: *Construcción de paz y reconciliación*, que trabaja con Iglesias, comunidades y organizaciones sociales-eclesiales para fortalecer sus capacidades como gestores de reconciliación y construcción de paz en los territorios, *Mujer y paz*, que va de la mano con mujeres víctimas del conflicto armado vinculadas a procesos eclesiales para potenciar su liderazgo en escenarios de promoción y exigibilidad de sus derechos, *Objeción de conciencia*, que trabaja con Iglesias, organizaciones socio-eclesiales y juveniles en el

desarrollo de estrategias para promover la no violencia activa, la prevención del reclutamiento militar en los territorios y *Memoria e incidencia política*, que se encarga de visibilizar el impacto de la implementación de los acuerdos del gobierno colombiano con grupos insurgentes a través de un sistema de monitoreo y acompañamiento a casos vinculados a procesos de verdad y justicia.

Por supuesto que la emisora también está pensada para apoyar los diferentes proyectos que cada una de las ramas, a partir de allí se generen diferentes contenidos como cuñas radiales, programas especiales que se trabajen en conjunto con el área de comunicaciones, la realización de podcasts con temas relacionados a cada una de las áreas lo cual permite un conocimiento más profundo de cada una de las áreas y el alcance que tiene cada una.

Esta emisora toma como modelo a Radio Sutatenza apuntando a una comunicación educación, profundizando en su alcance social al poder generar contenido que toque temas un tanto complejos como las diferentes leyes y estatutos que amparan a la mujer para poder hacer valer sus derechos, el desarrollo de *Programas de Desarrollo y Paz (PDP)* y como estos pueden surgir desde la misma comunidad, beneficiando el proceso de construcción de paz e integración social en la región donde surja un PDP y también sobre los diferentes proyectos que se estén dando que favorezcan a una cultura de paz, en donde se involucra el deporte.

El objetivo del programa es pensar el deporte como una estrategia para la paz, abriendo la perspectiva a todos los deportes, ya que se considera que el deporte no es solo fútbol y que las noticias deportivas no solo tienen que ir enfocadas al fútbol. También se abre un espacio para que los oyentes que hayan trabajado o conozcan a alguna persona que haya trabajado o trabaje el deporte para la paz pueda dar a conocer su experiencia, lo cual permite una cercanía más directa con la comunidad y poder conocer de primera mano cómo en Colombia el deporte se piensa más allá del espectáculo.

Además, se brinda información sobre planes culturales que puedan ser del interés de las personas y que sean un tanto alternativos y que involucren a otros deportes que no sean fútbol. Al ser un espacio nuevo e innovador para la parrilla de la emisora, se tuvo que empezar desde cero la construcción con la grabación de las cortinillas y cuñas y el planteamiento de las secciones, siendo *pasa la bocha* la de la actualidad deportiva enfocada a todos los deportes y *deporpaz* el espacio donde se debate de la importancia del deporte como estrategia para la paz y las noticias que tengan relación con la paz y todos los proyectos que se estén llevando a cabo y que involucren al deporte como estrategia para la paz.

Este espacio en la emisora se entiende como una puerta de entrada para que el deporte como estrategia para la paz puede ser trabajado desde la radio, innovando en la forma como se realiza un programa deportivo convencional aunque sin dejar de lado la actualidad deportiva, todo esto con el fin de demostrar y dar cuenta que el deporte puede ser trabajado como estrategia para la paz y que no solo se puede trabajar de la forma tradicional, para sustentar que, si se puede trabajar el deporte como una estrategia para la paz y también en empezar a ampliar la forma como en los medios se trabaja el deporte, más allá del espectáculo.

4.2.2 Productos escritos: artículos de opinión

Tomando como base el análisis de prensa elaborado en la investigación y viendo la poca presencia de artículos que se enfoquen en el deporte como estrategia para la paz, la propuesta de estos cuatro artículos de opinión dan cuenta de diferentes problemáticas que no suelen tratarse, como por ejemplo el narco fútbol, la igualdad de género, la inequidad que hay en el deporte respecto a otras problemáticas que aquejan al mundo, la necesidad de mitificar a las personas que están involucradas en el deporte, entre otras. Se consideró realizar artículos de opinión ya que este género periodístico

Interpreta los sucesos de una comunidad concreta y destaca la importancia de éstos dentro del momento histórico, a la vez que las posibles consecuencias económicas, sociales y políticas que pueden derivarse. El artículo se escribe con la intención de crear opinión en el público, se le interpreta e enjuicia lo más destacado de lo que sucede, pero no es la institución como en el editorial la que se manifiesta, sino que es el periodista el que interpreta los acontecimientos, expresando su punto de vista, y puede incluso solicitar un comportamiento concreto por parte del público. (Moreno Espinosa, 2002, s. p.)

Este género periodístico permite generar una cercanía y empatía con el lector, segundo hay un poco más de libertad de poder expresar el punto de vista del periodista al mismo tiempo de generar un comentario, bien sea de tinte crítico o que pueda llamar la atención al lector y tercero, los artículos de opinión abren la puerta a ver el tema que se trate, que para objetivos de este trabajo de grado, es el deporte como estrategia para la paz, bajo una perspectiva diferente, teniendo en cuenta que un reportaje o una noticia viven de la inmediatez, mientras que el artículo puede perdurar más y aún con un tema como el deporte es de gran importancia en la agenda periodística.

Los artículos de opinión tienen como objetivo el poder generar un comentario y de mostrar el punto de vista sobre un tema en específico, en este caso se demuestra que el deporte se puede trabajar desde otro punto de vista que no sea el espectáculo o lo informativo, cómo sus protagonistas están inevitablemente relacionados con otros temas de la agenda del país.

Una cuestión que es importante es comprender como en los medios de comunicación hay inequidad que hay entre diferentes problemáticas que aquejan a la sociedad, se suele ponderar temas relacionados como la pobreza, la falta de oportunidades laborales, la violencia, contrastado con el mundo en el que parece estar ligado el deporte, esto es, rendimientos en

los partidos o en las competiciones internacionales, referencias a su vida personal, estas últimas particularmente en las secciones de espectáculo o “Jet-Set”, esto en parte constante necesidad por parte de la prensa, de la publicidad y de los aficionados al deporte de mitificar a los competidores en un intento de generar mayor resonancia, mayores ingresos y en muchas ocasiones, debates innecesarios o situaciones que son apenas tratadas, por ejemplo, la inequidad de sueldos de las deportistas femeninas o su inclinación política.

Es importante realizar dicho producto comunicativo puesto que la intención es demostrar que efectivamente el deporte se puede trabajar y se puede contar bajo la perspectiva de la paz y desde el periodismo cultural, ya que el periodismo deportivo no lo ha hecho, además de que el periodismo cultural permite una aproximación más cercana con el lector e impulsar nuevas formas de contar el deporte, dichos artículos se podrán publicar ya sea en un periódico o en alguno de los suplementos culturales que actualmente existen.

Artículo 1: Deporte y equidad de género: una lucha que hasta ahora comienza

Por Nicolás Suárez

Cuando hablamos de deporte se habla de integridad, de respeto, de la promoción de valores tales como la honestidad, el compañerismo, la aceptación del otro, además de una estrategia para enseñar disciplina y aunque no muy trabajado, como estrategia para la paz, a pesar de contar con antecedentes históricos tales como Sudáfrica y Ruanda, los cuales demostraron esa nueva faceta del deporte que se puede alejar del espectáculo y de los millones de dólares que lo rodean.

Suponiendo que se busca incentivar la igualdad y equidad de género, se sigue viendo que en las diferentes ramas deportivas, el machismo y el apoyo, tanto económico como publicitario, sigue apuntando a las ligas masculinas, lo que genera una contradicción en cuanto a lo que se comunica y lo que realmente termina ocurriendo.

Aun cuando el mundial femenino de fútbol de Francia logró récords en cuanto a audiencia televisiva, registrando un total de 11,7 millones de telespectadores, superando los 11,3 millones que registró la final de la Champions League. Sin embargo, muchas de las selecciones participantes no contaban con los recursos necesarios para participar, como en el caso de Jamaica, sin contar la lucha por la igualdad salarial que reclamaba la selección estadounidense o la no participación de Ada Hegerberg, considerada la mejor jugadora del mundo, exigiendo las mismas oportunidades de ser jugadora profesional así como la tienen los hombres.

Los medios de comunicación, como tarea esencial, deben comunicar los sucesos que son materia informativa, por ende, el que una mujer alcance un logro deportivo supone que sea objeto de mención en la sección deportiva de cualquier medio, cosa que en la mayoría de los casos no sucede debido a que se privilegia el logro de un hombre por encima del de la mujer o se invisibiliza por completo aun cuando sea un hito que ningún deportista ha alcanzado y aunque hay medios que le apuestan a la inclusión femenina en las noticias deportivas, estas siguen desaparecidas como si de marginados se tratara.

Hoy por hoy, la publicidad está llena de estereotipos, con cuerpos y caras perfectas, viviendo en una realidad de ensueño en donde los participantes son pintados de héroes o heroínas y en cierto punto, endiosados, haciendo pensar a la audiencia que la perfección y la vida ideal son los personajes de dicha publicidad. Por supuesto, el mundo del deporte no escapa de la maquinaria publicitaria y utiliza a los grandes referentes para no solo vender sus productos, si no para que la persona que adquiera ya sea una camiseta o un par de zapatillas, imagine que puede llegar a ser mejor que él o la deportista utilizada en la campaña.

Ahora bien, que una mujer deportista haga su aparición en una campaña publicitaria supone reforzar la idea de la mujer como objeto, esto gracias a que en esas campañas, se utiliza la belleza y la estética de la participante y no se resalta su preparación ni su

profesionalismo reduciéndose a un simple comentario sobre su cabello o su cuerpo, enfocando toda la atención en lo físico y no sobre lo realmente importante; sin tener en cuenta el acoso y abuso sexual sobre la mujer en el ámbito deportivo, que se minimiza y se silencia sin remedio alguno, transformándose en un secreto a voces pero en el que nadie se atreve a mencionar ni una sola palabra, ya sea por miedo o que su carrera se vea comprometida no denuncian y dejan que dichos casos queden impunes y que el agresor tenga una nueva oportunidad de recurrir en dichas acciones.

Si bien el siglo XXI ha traído consigo una revolución en todos los sentidos y cambiado diferentes consignas y pensamientos que dominaban la creencia y el saber popular, entre ellos que las mujeres no eran capaces de hacer algo más que encargarse de los quehaceres de la casa y de servir a su esposo, cosa que las mismas mujeres se han encargado de transformar llegando a ocupar diferentes cargos importantes tanto públicos como privados y exponiendo que son capaces de hacer lo mismo y hasta mejor que los mismos hombres, pero a pesar de todo, esta lucha por la igualdad y la equidad de género aún tiene mucho por recorrer y que mejor que el deporte se transformara en la mejor bandera de la lucha que han emprendido en pro de la defensa de sus derechos y de las mismas oportunidades que han tenido los hombres a lo largo de la historia, a pesar de la lucha sea larga, se llevan a cabo diferentes iniciativas en las diferentes ramas deportivas, por ejemplo en el tenis, varios de los grandes torneos ya han equiparado los diferentes premios que otorgan tanto para hombres como para mujeres. En el fútbol se han dado pasos importantes para la equidad de género, por ejemplo, la selección femenina de Australia logró tener los mismos ingresos que el equipo masculino y la selección Noruega femenina, gracias a la iniciativa de los hombres de ceder 58.000 euros de sus ingresos comerciales, pasaran de un fondo de 330.000 euros a 640.000 y la de los hombres bajará de 700.000 a 642.000 euros.

Un deporte insignia para la equidad de género ha sido el basquetbol, el cual desde sus comienzos fue promovido como una actividad tanto para hombres como para mujeres, lo cual ha facilitado que haya una gran participación femenina y ayudándolas no solo a visibilizar la equidad en el deporte, si no en la sociedad en general, ya que al practicar algún deporte, las mujeres pueden llegar a ser más críticas tanto con la sociedad misma y con ellas mismas y les permite aumentar su confianza para relacionarse con su entorno sin temor a alguna represalia.

Aunque aún falte un largo camino para lograr la equidad de género en el deporte, las iniciativas para que las mujeres sean reconocidas cada vez toman más fuerza para darle al fin el espacio en la sociedad que tanto reclaman y exigen las mujeres hoy en día, además de ser una deuda histórica que la humanidad tiene para con ellas.

Artículo 2: La resurrección del América de Cali

Por Nicolás Suárez

Hablar del América de Cali es referirse a uno de los equipos más grandes y laureados del fútbol colombiano, campeón 13 veces de Colombia, con 4 subcampeonatos de copa libertadores y con grandes figuras que han vestido su camiseta como Oscar Córdoba, Jorge Bermúdez, Anthony de Ávila, Freddy Rincón, sin duda agigantan su figura e importancia en el rentado local. Con una de las hinchadas más grandes del país, el América ha escrito momentos de gloria que han quedado en la retina de sus aficionados y fieles seguidores, pero también este club ha tenido capítulos negros que han dañado su reputación y prestigio como institución.

El narcotráfico, en la década de los años 80 y principios de los 90 tuvo un gran impacto negativo en la sociedad colombiana, encontrando en los carteles de Medellín y Cali sus más grandes referentes y en figuras como Pablo Escobar, los hermanos Rodríguez Orejuela y Gonzalo Rodríguez Gacha, los promotores de una de las épocas más oscuras para Colombia. Dicho fenómeno cambió la percepción de los ciudadanos en la forma como estos personajes

habían logrado una gran fortuna de una manera sencilla y poder que les daba un status de “intocables”. Tal y como afirma Duncan “La mafia es en sí una oportunidad de hacer carrera en una organización que se especializa en la producción de poder. Cuando la mafia amplía su espectro de regulación hasta abarcar el orden de la sociedad los atributos necesarios para pertenecer a una organización mafiosa se convierten en atributos para alcanzar una posición social superior”. Así como lo plantea Duncan, dicho modelo permeó en todas las esferas de la sociedad colombiana, desde la política hasta la economía transformándose en un objeto casi innato en donde la posición social aumentaba a medida que se delinquía más y más y en el que el fútbol no escaparía de este fenómeno

El fútbol, siempre presente e importante en la vida de los colombianos, no sería la excepción para los capos narcotraficantes que encontraron interesante invertir en diferentes equipos como una forma de justificar la procedencia de sus riquezas y que buscaban ayudar de cualquier forma posible a que su equipo siempre fuera el vencedor. De allí que en los años 80 los grandes animadores del fútbol profesional colombiano fueran Atlético Nacional de Medellín, Millonarios y el América de Cali, los tres equipos con más títulos del rentado local y los que más se vieron influenciados por dineros del narcotráfico.

Para nadie es un secreto que la copa libertadores ganada por Atlético Nacional en el año 1989 tuvo la mano negra de Pablo Escobar actuando tras bambalinas, sin contar el asesinato del árbitro Álvaro Ortega Madero que llevó a la suspensión del torneo de 1989, como mencionan Luisa Franchesca Marín Viasco y Camilo Ernesto Quintero Cardona “En ese momento los partidos no se arreglaban en la cancha jugando, sino que se negociaban por debajo de la mesa a través del soborno de los árbitros y la compra de jugadores para obtener los resultados esperados”

Pero el caso del América de Cali fue diferente, ya que, de los tres, fue el único que sufrió una sanción más estricta. Bajo la gestión de los Rodríguez Orejuela, que además tenían en su

poder la cadena de droguerías drogas la rebaja, América consiguió 8 títulos locales y dos subcampeonatos de la copa libertadores, además de traer a numerosas estrellas como Oscar ‘Pinino’ Mas, Aurelio José Pascuttini, Roberto Cabañas, Julio César Uribe, Juan Manuel Battaglia, César Cueto y Esteban Barberón lograron crear una liga tan competitiva que estuviera a la altura de las ligas Argentina y Brasileña

Pero, después de la caída del cartel de Cali y debido a los vínculos con los hermanos Rodríguez Orejuela, el América fue incluido en la lista Clinton en el año 1997, esta lista hace que se limiten las operaciones económicas con empresas en Estados Unidos y Colombia, lo cual devino en la ida de sus grandes figuras y que los títulos deportivos además de las buenas participaciones en la copa libertadores quedaran en la memoria de los hinchas, sumado a una crisis institucional y económica por que, sin apoyo de patrocinadores que le inyectaran dinero, solo pueda subsistir de la venta de camisetas y la taquilla de la asistencia de los partidos y derechos de televisión.

A pesar del título conseguido en el año 2008, los problemas siguieron a la par del América hasta el año 2011, cuando, después de malos rendimientos deportivos y una deuda económica importante, sufrió el descenso a la segunda categoría del fútbol colombiano, marcando un hito en la liga cafetera, descenso que duraría 5 años pero que supondría un cambio total en el club.

Durante su estancia en la B, bajo la presidencia de Tulio Gómez, se produjo un cambio en su razón social lo cual ayudó a subsanar sus deudas y su salida de la lista Clinton, alejando el fantasma del narcotráfico definitivamente, esto acompañado con el ascenso a la primera división de la liga colombiana y volviendo a retomar el protagonismo luchando por el título y llegando a la instancia de los cuadrangulares finales, sumado al éxito deportivo que ha traído una nueva división dentro del club, la rama del fútbol femenino.

Dicho equipo femenino, después de tantos traspies con la realización de la liga profesional femenina, se hizo con el título este año, mostrando un buen nivel de juego y llegando a disputar la copa libertadores femenina en donde obtendría un meritorio tercer puesto, fomentando el futbol femenino y sumándose a la larga lista de clubes que fomentan la realización de torneos femeninos en busca de igualdad y equidad.

Así, el América ha dejado atrás los fantasmas del narcotráfico y los dineros ilegales para volver a transformarse en un referente del futbol colombiano y en un modelo para los demás equipos mostrando que se puede dejar atrás la sombra del narcotráfico y alejando estos fantasmas del futbol colombiano de manera definitiva.

Artículo 3: El deporte como escape a una triste realidad

Por Nicolás Suárez Riveros

La inequidad, la desigualdad, la corrupción y el desfalco en el heraldo público producido por la misma, la dedocracia, el poco actuar de los gobernantes para el bienestar de sus ciudadanos y que puedan asegurar su bienestar tanto en tiempos de calma como en momentos de crisis, el asesinato a líderes sociales, chuzadas a periodistas que van en busca de la verdad y que son silenciados con censuras o amenazas, son el diario vivir que los colombianos ven y leen cuando quieren estar enterados de la actualidad del país en el que viven, donde la injusticia y los problemas ya mencionados están a pedir de boca y donde los responsables simplemente no aparecen o se aprovechan de alguna cortina de humo para distraer a la opinión pública de sus actos.

Esas cortinas de humo pasan por cualquier índole, bien sea con otra problemática que no sea tan dañina ni involucre a las altas esferas gubernamentales o bien aprovechando alguna situación que involucre el bienestar de un grupo de personas (como la crisis de los refugiados en Europa, la migración venezolana en Latinoamérica o alguna catástrofe natural) mientras,

debajo de cuerda, sigue el actuar de los personajes que son desconocidos y de los cuales al final no se sabe nada ni los involucrados que participaron.

Dentro de esas cortinas de humo se encuentra el deporte, el cual es utilizado como un símbolo de unidad nacional, sustentado en la idea de que los deportistas son la mejor cara que puede mostrar el país y los que resaltan todo lo bueno que Colombia tiene para ofrecer; a partir de allí se gesta la idea de que el deporte es la solución perfecta para olvidar todos los problemas que ahí en el país cuando se obtiene un triunfo, pero también se vuelve una “crisis nacional” cuando se pierde.

Lo cierto es que el deporte también supone un factor de inequidad y desigualdad severa, que se ven reflejado en su economía, generando millones de dólares o euros en ingresos por publicidad, mercadeo, boletería, derechos televisivos y objetos alusivos al compromiso al cual se asiste, desde camisetas hasta bufandas.

Este fenómeno se ve de manera más clara en el fútbol, siendo el deporte que más cubrimiento y más aceptación tiene en los diferentes países, siempre está bajo el escrutinio del ojo público, que ve como los grandes clubes referentes del fútbol mundial, como Real Madrid, Barcelona, Paris Saint Germain etc., que tienen presupuestos de más de 500 millones de euros, invierten millones y millones de euros en traer jugadores que son proclamados como estrellas mundiales y parece que no se resienten en su poderío. A partir de allí es que hemos podido ver casos de fichajes tan rutilantes como el de Neymar, que costó 222 millones de euros pero que se transformó en parte del show que es el fútbol, cuando con esa cifra, miles y miles de personas podrían salir de la pobreza y al menos, vivir en condiciones más dignas.

Esto por supuesto puede generar un gran choque debido a que una empresa tan millonaria como es el deporte y en este caso el fútbol crece en su capital y en el mundo muchas personas mueren a diario por falta recursos que les brinden la posibilidad de poder conseguir alimento

para sobrevivir o acceder a una vivienda digna y que pareciera que fuera algo bastante natural, como parte del folklore propio del deporte, lo que llevaría a replantear la industria del deporte, apuntando más a impulsar varias ayudas de índole social, ya que muchas veces este parece ajeno a las realidades del país y solo piensa en hacer más y más dinero.

El deporte puede actuar frente a esta inequidad y desigualdad social, planteando nuevas formas de ser concebido que sirvan como una solución a estos problemas, que impliquen un actuar directo en la sociedad, lo cual supone replantearse toda la industria que se teje alrededor del mismo y volver a contribuir a la comunidad resolviendo estas problemáticas que generan diversos conflictos.

Artículo 4: Del por qué la mitificación favorece al espectáculo

Por Nicolás Suárez Riveros

El deporte vive y se sustenta en sus participantes, los deportistas que son los que se preparan a diario para poder competir y mantener viva la rama deportiva a la cual pertenezcan, sin ellos el deporte no sería nada. A partir de allí, los deportistas imponen nuevas marcas y muchos sobresalen por su rendimiento, cosa que atrae más a los aficionados que los siguen cada vez que compiten, esperando alguna nueva marca que impongan.

Pero desde los medios de comunicación y las empresas de publicidad, la figura de un deportista que sobresale se transforma, se crea toda una imagen de un super humano, de una especie de Dios que merece ser alabado por los aficionados y que influye en un consumismo desenfrenado, queriendo imitar al “nuevo Dios” por usar o los botines o la sudadera de una marca reconocida que le paga millones al deportista por ser la cara de esa marca.

Desde los medios de comunicación lo que se hace es exaltar hasta el máximo los logros conseguidos por el deportista, todas sus marcas se configuran para que su figura siga creciendo, los títulos son usados como una forma más para llegar a acceder al olimpo del

deporte y así poder ser recordados después de su retiro y todo esto para el aficionado supone una forma de rendirle una alabanza tal cual sea hace en una iglesia o en una meca.

La duda que surge es porque la figura de un deportista, una persona del común que es igual al aficionado, se transforma en un Dios pagano que resulta siendo adorado como los dioses de las diferentes religiones. Esto es gracias al espectáculo que se genera alrededor del deporte y este a su vez responde al negocio tan fructífero como se han encargado de convertirlo las empresas y que ayudan de manera enorme los medios de comunicación.

La mitificación de un deportista, para la economía supone vender un nuevo estereotipo para la sociedad, el de un ser perfecto y que solo por practicar algún deporte puede conseguir un enorme capital y tener una vida en teoría bastante sencilla, cuando detrás del éxito de un deportista hay mucho esfuerzo, pero eso para la publicidad no es importante, solo es vender y vender. Para los medios de comunicación es registrar un mayor número de audiencia y de lectores para satisfacer el morbo generado por el deportista del momento, con titulares como “el sucesor del trono”, “Dios”, “extraterrestre”, etc., que cambian el paradigma del deporte, que se sigue degradando y alejándose más del factor social que podría tener, contribuyendo a la posible resolución de conflictos que puedan generar.

No se trata de acabar con el negocio del deporte, sino de replantear el actuar de las empresas y los medios de comunicación en la forma como se trabaja la imagen del deportista, entendiendo que es una persona del común y que solo se dedica a practicar deporte, no a dirigir un país o a ser el salvador de la humanidad y entender que el deporte no solo puede trabajar como el espectáculo, sino que puede contribuir de manera más directa a la sociedad, ayudando a la resolución de diferentes conflictos y apoyar en la construcción de una igualdad, equidad y de la paz tan añorada estos días.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

A partir del análisis y las implicaciones que tienen las tres ramas del periodismo en la forma en cómo se trabaja el deporte y las implicaciones de este que fueron abarcadas en el trabajo, el contexto, la descripción detallada de los productos comunicativos se puede observar que existe una diferencia en cómo se entiende y se trabaja el deporte desde los medios de comunicación y lo que se plantea en este trabajo, lo cual sin duda supone un gran reto ya que para alcanzar el planteamiento inicial que propició la investigación, hay que cambiar la percepción que se tiene sobre el deporte y abrir el panorama hacia más deportes que, de igual manera, contribuye al cambio que se busca para el deporte.

Pero también se dan las primeras bases para poder trabajar el deporte como estrategia para la paz y desde el periodismo cultural con los productos, escritos principalmente, en donde se aborda este no obedeciendo a las formas establecidas por el espectáculo, sino apuntando a una otredad en cuanto a los temas abarcados que no son los más rutilantes en las secciones deportivas de los medios impresos y en los programas radiales y buscando una conexión con procesos que contribuyan a la construcción de una cultura de paz, aprovechando el contexto que Colombia atraviesa desde la firma del acuerdo de paz con las FARC-EP y las nuevas formas de pensarse y de trabajarla para asegurar una sostenibilidad de la misma a largo plazo.

De igual manera se apela al componente social que tiene el deporte, el cual contribuye a la construcción de valores que fortalecen cualquier intento por alcanzar la paz y que demuestran que el deporte tiene una incidencia directa en la sociedad, no solo como una distracción para las masas sino como un objeto que puede ser usado en beneficio de esta, lo cual genera el primer cambio del deporte, que se presenta como una pieza que se usa cuando se quiere distraer a las personas y ocultar diferentes situaciones que pueden desencadenar en un

conflicto o como un método más atractivo para incentivar el consumismo desenfrenado y que es ajeno a la realidad en la que la sociedad este inmersa, en este caso la sociedad colombiana.

Tampoco se busca hacer una satanización del deporte como espectáculo, ya que de por sí, el deporte ofrece un entretenimiento y una distracción, pero que esta sea trabajada de una manera sana y no sea lo único que se trabaje, por eso se recalca que es necesario que haya un cambio en la concepción del deporte ya que este ofrece una gran variedad de oportunidades para ser trabajado y también desde el periodismo que abra el abanico de opciones para poder trabajar el deporte.

Los hallazgos que se obtuvieron de la investigación también arroja que desde el periodismo deportivo, que es la rama encargada de trabajar el deporte, no se ha generado un cambio profundo en la forma como se cuenta y se trabaja el mismo, de allí se abre la opción del periodismo cultural para tomar la batuta de trabajar el deporte desde otra perspectiva, teniendo como base los acercamientos que desde esta rama ya se han producido y que no debería abandonarse, sumado a la oportunidad de cambiar la percepción que se tiene sobre esta rama periodística y que es capaz de acercarse a la sociedad en general, no solo a la élite como se cree.

Este cambio que se pretende en cuanto a cómo se cuenta el deporte en el periodismo no pretende ser encasillado solo en una comunicación alternativa, sino que se pretende apostarle a la comunicación en general, ya que, en muchas ocasiones, los medios alternativos no alcanzan a una gran audiencia por diversos factores y los logros que se obtienen al trabajar el deporte como estrategia para la paz podrían no ser los deseados. Así mismo, hay que evitar caer en el espectáculo que se trabaja en los medios de comunicación, ya que se pretende que el deporte sea abarcado bajo una mirada seria, que tenga una investigación profunda y completa cuando se requiera y que, en el caso que se trabaje un caso particular donde se

presente el deporte como estrategia para la paz, evitar de cualquier manera el sentimentalismo y mostrar de la manera más concreta e imparcial los beneficios que trae que el deporte sea concebido como una estrategia para la paz.

5.2 Recomendaciones

Es importante que el periodista no solo exponga a el deporte como un elemento del espectáculo, con lo cual se espera que este sea abarcado desde otra perspectiva para futuras investigaciones que puedan contribuir al desarrollo de una cultura de paz y desde otras ramas del periodismo que hayan tenido o no algún acercamiento previo al deporte. De igual manera, en esta investigación se abarca el deporte en general, pero se hace una recomendación a los futuros estudiantes a ver qué implicaciones pueden tener los deportes no convencionales en la construcción de una cultura de paz y ver su tratamiento en los medios de comunicación, ampliando la mirada no solo a la prensa, sino a los demás medios convencionales y ahora con el crecimiento de los medios en las redes sociales que supone un nuevo tratamiento de la información y un aprovechamiento de los recursos que estos medios proveen.

También hay que tener en cuenta el presupuesto utilizado para la investigación, ya que puede que se trabaje con algún colectivo u organización que trabaje el deporte como una estrategia para la paz, ya que implicaría un mayor gasto de dinero que el que se utilizó en esta investigación y una mejor planificación del tiempo, ya sea si se trabaja con un colectivo o no, ya que el trabajo de la hemeroteca requiere de varias horas para una recolección mucho mayor de los insumos necesarios si se trabaja de nuevo con la prensa.

Otra recomendación es alejarse de la faceta del aficionado al deporte, ya que aunque parezca impensado, esta puede afectar al desarrollo de la investigación al no poder ver al deporte más allá de un entretenimiento, lo cual puede desembocar en diferentes supuestos e hipótesis que podrían entorpecer la investigación, para ello también se recomienda tener una

postura muy imparcial respecto al deporte, despojarse de las posturas del aficionado e intentar ver de manera crítica e imparcial las implicaciones que tiene el trabajar el deporte desde el espectáculo y como una estrategia para la paz.

Es por esto por lo que la investigación también supone una innovación en la investigación del deporte y su implicación en la sociedad, ya que la escasez de un trabajo que piense al deporte como una estrategia para la paz implica una recopilación de la información que haga las veces de antecedentes, aunque estos propiamente no lo sean, pero que supone un reto para cualquier investigador que quiera retomar este tema ya que implica hacer un contraste fuerte entre varios trabajos que puedan contribuir al desarrollo de la investigación y ampliar las investigaciones que sirvan de antecedentes directos del deporte como estrategia para la paz

Por ello, para las futuras investigaciones es recomendable realizar un trabajo de campo, ya que contribuye a generar un antecedente que contribuirá a futuras investigaciones, además de poder hacer una recolección de información mucho más amplia que también permita realizar un análisis más extenso de como el deporte es trabajado por los medios de comunicación y como se pueden plantear nuevas maneras de que sea trabajado como estrategia para la paz y ampliar el espectro que permita llevar nuevas investigaciones a cabo que nutra la forma en cómo se puede pensar y contar el deporte más allá del espectáculo.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar-Moreno, M. (2015). Ulama: pasado, presente y futuro. *Anales de antropología*, 49(1), 73-112. doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225\(15\)71645-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1225(15)71645-0)
- Alabarces, P. (1998). ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte? *Nueva Sociedad*(154), 74-86.
- Alvarado, P. C. (2017). *AUTOGOL: narraciones de una patria imposible desde la relación entre*. Bogotá: Universidad Javeriana (tesis de grado de historia). Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21887/QuinteroAlvaradoPaulaCristina2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Antezana J., L. H. (2010). *Fútbol: Espectáculo e identidad*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Arango Forero, G. (2005). Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo. *Palabra Clave*(13), 139-151. Obtenido de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1465/1633>
- Barei, S. N. (1999). Periodismo cultural: crítica y escritura. *Ámbitos*(2), 49-60. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67489/revista-comunicacion-ambitos-02_48-59.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bence, T. (9 de junio de 2015). La historia oscura del estadio Nacional de Santiago: fue la cárcel más grande de la dictadura de Pinochet. *La Nación*. Obtenido de Rodeiro, Sebastian. (2015). La historia oscura del estadio Nacional de Santiago: <https://www.lanacion.com.ar/deportes/futbol/la-historia-mas-oscura-del-nacional-de-santiago-fue-l>

- Botes, L., & Pelsler, A. (2008). *The impact of playing for peace's 'Bridging Divides'-Program: an assessment*. South Africa: Centre for Development Support. University of the Free State. Obtenido de https://www.sportanddev.org/sites/default/files/downloads/30_the_impact_of_playing_for_peace_s_bridging_divides_program___an_assessment.pdf
- Calderón, M. I., & Martínez, R. (2015). *El deporte como herramienta esencial para lograr la paz y el desarrollo en el mundo: una aproximación al caso colombiano*. Lima: VIII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <http://files.pucp.edu.pe/sistema-ponencias/wp-content/uploads/2015/01/Ponencia-Final-Alacip-Deporte-postconflicto-1.pdf>
- Darío Buitrón, R. (1997). La sangre como espectáculo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(60), 20-38. Obtenido de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1149/1178>
- Diario el clarín. (17 de mayo de 2013). El Mundial 78: cuando la dictadura puso al fútbol al servicio del terror. *Diario el clarín*, pág. s.p. Obtenido de https://www.clarin.com/deportes/mundial_0_BkkZb7_jw7l.html
- Espinosa, D. P. (2001). Géneros para la persuasión en prensa. *Ámbitos*(6), 107-121. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/12697/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=
- Espinoza Bonifaz, A. R. (2017). La comunicación para la paz como herramienta de transformación social. *VOX JURIS*, 33(1), 143-157. Obtenido de <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/VJ/article/view/972>

- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica. *Ciencias Sociales*, 35-53. Obtenido de <https://www.revistacienciassociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>
- Francisco Javier Herrero Gutiérrez, D. B. (2013). Los triunfos como escaparates de los mitos modernos: las victorias de la Selección española de fútbol (2008 - 2012). *Miguel Hernández Communication Journal*(4), 133-152. doi:10.21134/mhcj.v1i4.7
- García, M. Á. (23 de abril de 2016). Los atentados de Múnich. *Marca*. Obtenido de <https://www.marca.com/olimpismo/2016/04/23/571a6cf8e5fdea6e718b45d1.html>
- Hernández Mendo, A. (2000). Acerca del ocio, del tiempo libre y de la animación sociocultural. *efdeportes.com*. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd23/ocio.htm>
- Hernández Mendo, A., & Morales Sánchez, V. (2008). Una revisión teórica: ocio, tiempo libre y animación sociocultural. *efdeportes.com*, 13(127). Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd127/una-revision-teorica-ocio-tiempo-libre-y-animacion-sociocultural.htm>
- Lucas, K. (1999). Cultura, prensa y periodismo cultural. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*(67), 83-86. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i67.1320>
- Mañas-Bastidas, A. (2011). *Munera gladiatoria: origen del deporte espectáculo de masas*. Granada: Universidad de Granada (Tesis doctoral).
- Moreno Espinosa, P. (2002). Géneros para la persuasión en prensa: los artículos de opinión del diario El País. *Revista Latina de Comunicación Social*(46). Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/2002/latina46genero/4607moreno.htm>

Ortiz Ocaña, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Bogotá: Ediciones de la U.

Pedro García Avendaño, Z. F. (Enero de 2008). Mujer y deporte. hacia la equidad e igualdad. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 13(30), s.p.. Obtenido de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012008000100004&lng=en&nrm=iso&tlng=es

Pérez Triviño, J. L., & Ríos Corbacho, J. M. (30 de noviembre de 2014). Violencia en el fútbol: análisis psico-social y respuestas penales. *Iusport*. Obtenido de <https://iusport.com/art/3744/violencia-en-el-futbol-analisis-psico-social-y-respuestas-penales>

Redacción deportes. (21 de noviembre de 2014). Mafia y fútbol colombiano: vieja relación. *El Heraldo*. Obtenido de <https://www.elheraldo.co/deportes/mafia-y-futbol-colombiano-vieja-relacion-174859>

RODRÍGUEZ, P. (2012). La economía del deporte. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(2), 387-417. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/301/30124481001.pdf>

Rojas-Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*(4), 177-190. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sesé Alegre, J. M. (2008). Los juegos olímpicos de la antigüedad. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 3(9), 201-211.

- Tagliavini, A. (28 de noviembre de 2018). La violencia en el fútbol argentino y la política van de la mano. *El Nuevo Herald*. Obtenido de <https://www.elnuevoherald.com/opinion-es/article222325425.html>
- UNICEF. (2003). *Deporte para el desarrollo y la paz: hacia el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio*. Naciones Unidas.
- Vázquez, M. E. (2003). *Hacia una nueva definición del periodismo*. Buenos Aires: Doctoral dissertation, Universidad de Belgrano. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
- Villa, M. J. (2000). Una aproximación teórica al periodismo cultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3(35). Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/argentina2000/09villa.htm>
- Villena Fiengo, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol . En C. A. Máximo Pimenta, *Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en America Latina* (págs. 257-271). Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

7. ANEXOS

Teniendo en cuenta la extensión y los diferentes hipervínculos de la Matriz de análisis, se sugiere ingresar al siguiente link para su consulta:

https://drive.google.com/open?id=1u7rcTaO-HcIV_9M9BrJNa4WvCIFVDj3l

o escaneando el siguiente QR

