

## LA COLUMNA

Javier Lizaga



@Javilizaga

## No es cualquiera

Solo nos acordamos de los poetas cuando se mueren y de los filósofos cuando estamos deprimidos. Somos así. El sábado me encontré con un compañero que me dijo que había venido "Rafael Azcona, el alcalde de Zaragoza", y entonces lo que me pareció un error es que Jorge Azcón sea el primer edil zaragozano. Me relamía y suave me entró la puñalada: "¿sabes que ha muerto Carbonell, no?". Me despedí mascando la miseria. Tras la boda, en *El verdugo* el cura les conmina a pagar 125 pesetas por el sacristán, los monaguillos y la música, "un barato por ser don usted Amadeo". "Pero si no ha habido música", responde Carmencita. "Encima que se les hace un favor a una familia sin posibles...", reza el cura. Y así se rascan el bolsillo, el padre de verdugo, porque total ha usado el traje tres veces en cinco años, el otro de enterrador y la novia de prestrado. Sin padrinos y esperando a tomarse unos calamares en el bar de enfrente para celebrarlo. Ya Azcona dejó claro que los pobres suelen decir la verdad, de tanto encarar a la vida. Tenía la virtud Joaquín Carbonell de parecer de los nuestros, cuando realmente era alguien que nos regaló el mar. Un chaval que tocaba la armónica a los 9 años y que a los 14 ya había debutado con la orquesta Bahía. A los "chicos del pueblo", a la "gente modesta", "sin estudios universitarios" que un día se acercan "a las mieles del triunfo", les dedicó la medalla de los Amantes, aunque bien mirado su biografía entera es una invitación a quitarse complejos. A convertir eso de nacer en un parto "sin doctor", o lo pasar "siete días sin hablar" en una virtud, como reivindicar, su "De Teruel no es cualquiera".

De aquí son "gente rara como Chomón, como Buñuel", dicta la canción, y ahora parece faltarle un verso que diga "como el Brassens de Teruel". Nada que diga mejora lo que cantan sus canciones. Solo me sale decir que estamos un poco más huérfanos, un poco más solos. Y que Aragón, como dice un amigo, son ellos, los únicos capaces de reconciliar los pajaros abandonados, los caminos de piedras y las empresas, investigadores o creadores que alumbró esta tierra. Dante mencionaba las luciérnagas como los pequeños fuegos en los que se queman los políticos turbios. Ya no sé si quedan menos luciérnagas o poetas. Ya lo dejó dicho: "aquí te quiero ver, mojándonos el culo". Y no admiro su éxito sino su honestidad.

## LA ENTREVISTA DE LA ÚLTIMA

LUCÍA SANTIAGO PERIODISTA ESPECIALIZADA EN DEPORTES DE LA AGENCIA EFE



Imagen de la periodista Lucía Santiago Loira

# "Cuando una mujer llega a la redacción de Deportes se duda de su capacitación"

La periodista participó en el curso 'Género y deporte' que ha tenido lugar en la Universidad de Verano de Teruel

Miguel Ángel Artigas Gracia  
Teruel

Lucía Santiago trabaja en la Agencia EFE como periodista especializada en deportes de la Agencia EFE desde 2013, y dirige deportemujer.com. Esta semana participó en el curso *Género y deporte* de la Universidad de Verano de Teruel.

**-¿Qué conclusiones se han obtenido tras las ponencias y la mesa redonda del curso de la UVT?**

-He detectado entre las mujeres un gran convencimiento por cambiar su realidad dentro del ámbito del deporte. Hablamos de deportistas, entrenadoras y árbitras, pero también de periodistas o responsables de la gestión, la administración o la dirección. La mujer quiere ser protagonista en todas las áreas del deporte. Está capacitada para serlo y para romper una barrera histórica.

**-Allí se comentó que los medios de comunicación son especialmente reacios a caminar hacia la igualdad... ¿Discrepa, o entonamos el 'mea culpa'?**

-Existen datos que revelan que el ámbito de los medios de comunicación está lejos de ser igualitario. El espacio informativo que se le dedica a las mujeres deportistas es apenas del 4%. A menudo, además, bajo una mirada sexualizada y con un lenguaje infantilizado. Por otra parte, está el hecho de que, según datos de ONU Mujeres, un 88% de los reporteros y un 90% de los editores son hombres. Las redacciones son habitualmente entornos masculinizados y probablemente eso explique la resistencia a abordar el deporte con perspectiva de género.

**-¿En qué fallamos?**

-Durante mi exposición mostré algunos ejemplos: un ranking de las olímpicas más bellas, un titular donde se obviaba el nombre de Cory Cogdell para señalar que "la esposa de un jugador de los Chicago Bears gana una medalla olímpica" o el comienzo de una crónica del tercer puesto de Lydia Valentín en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro donde nos advertían de que la leonesa "nunca olvida el maquillaje ni el pintau-

"Hacer un ranking de las olímpicas más bellas es uno de los absurdos donde suele caer la información deportiva"

ñas" o que promete "ser flaquita cuando deje la halterofilia. Desgraciadamente, la información deportiva cae con demasiada frecuencia en estos absurdos.

**-¿Los medios hablamos menos de deporte femenino porque interesa menos a la gente, o a la gente le interesa menos el deporte femenino porque los medios hablamos poco de él?**

-Se ha dado por cierta la afirmación de que el deporte femenino no interesa sin haberles dado a las deportistas la oportunidad de ser relevantes en los espacios mediáticos. El año 2019 dejó algunos datos que chocan frontal-

mente con esa afirmación. El Mundial femenino de fútbol de Francia contó con grandes audiencias en todo el mundo, 1.200 millones de telespectadores en total. A los estadios asistieron más de un millón de personas. La camiseta de fútbol más vendida por Nike fue la de la selección femenina de Estados Unidos. La sociedad y las marcas empiezan a saber que el deporte femenino interesa. En los medios de comunicación, en cambio, detecto cierta resistencia a darse por enterados de que está cambiando la realidad del juego.

**-¿Los jefes son menos receptivos que las jefas a la hora de dar cobertura a competiciones deportivas femeninas, o llevarlas a las portadas?**

-Nunca he tenido una jefa. No diría que sea por llevar todavía pocos años trabajando sino más bien porque faltan más oportunidades para las mujeres. Lamentablemente, siento que eso es lo común en las redacciones de deportes. La presencia de las mujeres en los puestos de decisión de los medios de comunicación deportivos se hace necesaria para que la mirada sea completa y no sesgada y para que las deportistas sean más protagonistas, ya no solo en las portadas sino también en las páginas interiores. La representación femenina en las grandes competiciones deportivas supera el 40 por ciento y, sin embargo, su presencia en los medios sigue siendo testimonial.

**-¿El periodismo deportivo es vocacional en usted?**

-El deporte ha estado siempre ligado a mi vida. En edad escolar, practiqué fútbol y atletismo. Durante mi infancia y juventud jugué al tenis de forma federada. En la actualidad participo en maratones y carreras de montaña. Además de practicarlo, siempre he devorado los periódicos y pasado mañanas, tardes y noches frente al televisor para seguir cualquier competición deportiva. Tenía claro que el deporte era el campo al que quería orientar mi carrera como periodista y me siento afortunada por haber participado como enviada especial en la cobertura de unos Juegos Olímpicos o de un Mundial de fútbol.

**-¿Se ha encontrado con algún tipo de rechazo por el hecho de ser mujer y periodista deportiva?**

-Existe la sospecha de que una mujer no sabe de deporte. Nadie da por sentado que una mujer que llega por primera vez a la redacción de deportes domina la temática. Más bien al contrario, se suele poner en duda su capacitación.

**-¿Cree que el periodismo ejercido por mujeres tiene algún tipo de sensibilidad especial? ¿O el periodismo es simplemente periodismo?**

-El periodismo puede tener tantas sensibilidades como personas ejerzan su profesión. Será más rico cuanto más diverso.