

DIARIOS DE CAMPO



FÚTBOL

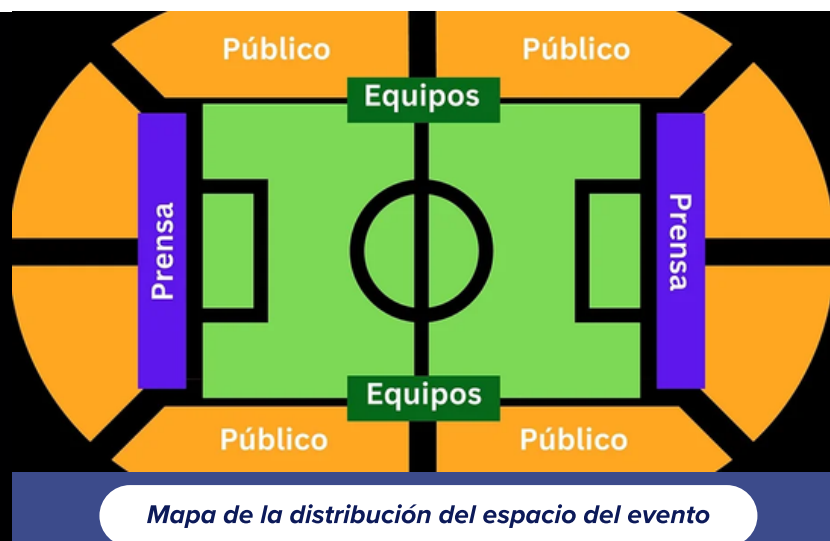
Diario #1

Final Copa Betplay Atlético Nacional VS Millonarios

Método: Observación / Virtual

Participantes: Narradores, Jugadores, Periodistas, Público espectador, Analistas.

Fecha: 23 de noviembre de 2023



Espacio

Comenzó a las 8 de la noche. La jornada se llevó a cabo en la ciudad de Medellín y fue transmitido a través del canal de suscripción paga, Win Sport. Las tribunas estaban llenas de aficionados al equipo local y desde el comienzo se sentía la emoción del público. La distribución del lugar era de así:

Los narradores y analistas del partido no se sabe concretamente era claro si se encontraban dentro del sitio, pero frente a la transmisión no aparecían casi en pantalla ya que la imagen se enfoca específicamente en los jugadores.

Interacción con el público

La interacción con el público se hace a través de la red social X. Allí se publican preguntas sobre los jugadores, partidos anteriores o trivias propuestas por los periodistas. La audiencia puede decidir qué jugador es la figura del compromiso y también expresar diferentes reacciones mientras ocurre el partido. En esta área suelen participar el narrador y el encargado de hacer el análisis.



Recibimiento de los jugadores por parte del público

Narración

Los narradores suelen complementarse los unos a los otros y debido a esto se marca un rol diferencial en cada tipo de periodista. El que narra las jugadas del encuentro tiene cambios de modulación según lo que suceda en cada minuto y es el encargado de hacer el paso a pausas publicitarias que giran entorno a los patrocinadores del equipo que es local, en este caso, Atlético Nacional. El segundo rol es el analista; entrega datos de los jugadores que están participando, recuerda encuentros anteriores de los mismos equipos y los compara con estadísticas. También muestra la actualidad competitiva de ambos equipos: **¿en qué torneos están activos? ¿a qué competencias ha clasificado por estar en la final?**

Finalmente, está el ex-jugador profesional, en este caso ex integrante de uno de los equipos, quien narra el detrás de cámara de los partidos: lo que hablan entre jugadores, la facultades de ser un buen líder, etc.

Diario #2

Amistoso Colombia VS México

Método: Observación / Virtual

Participantes: Narradores, Jugadores, Periodistas, Público espectador, Analistas.

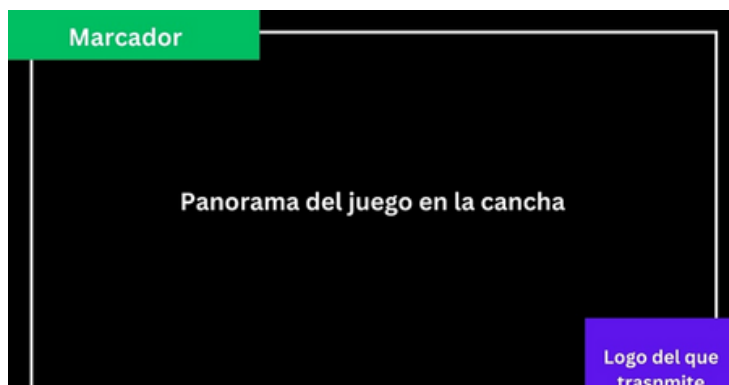
Fecha: 16 de diciembre de 2023

La transmisión duró tres horas a través de YouTube por el canal Gol Caracol y comenzó desde que los espectadores llegaban al lugar del encuentro. Mientras eso, los periodistas analizaron los métodos de juego de cada equipo, sus últimos goles y las figuras más destacadas en los últimos encuentros. Para ello mostraban tomas de partidos anteriores y evaluaban las estadísticas registradas en los mismos

Espacio

Alrededor de la cancha había vallas publicitarias que la rodeaban, constantemente se promocionaban las marcas que patrocinan a los equipos enfrentados y al estadio. Los fanáticos estaban mezclados en la tribuna, cosa que en ocasiones no suele ocurrir en partidos donde existe una fuerte rivalidad entre ambos.

El staff de seguridad y la prensa se ubicaba a pocos metros de la cancha cubriendo el evento. En pantalla, la atención era por completo de los jugadores ya que esporádicamente los periodistas aparecían solo para mostrar a los que estaban en planta baja entrevistando a algún jugador, miembro del equipo o para comentar el panel de juego.



Mapa de la distribución del espacio del evento en pantalla

Interacción con el público

Los asistentes del encuentro gritaban, cantaban y alzaban pancartas como señal de apoyo a sus equipos. A algunos los enfocaban en cámara para mostrar sus reacciones en momentos importantes del partido. Para quienes espectaban el juego desde YouTube, tenían el chat abierto todo el tiempo y al final del encuentro algunos de estos fueron leídos en vivo.

Narración

Cuatro voces que acompañaron el relato: un locutor, dos comentaristas/analistas y un periodista en planta baja. Antes del inicio del partido. La locución siempre fue constante, se narraba el paso a paso del juego y se caracterizaba por ser rápida, utilizar la dicción en los momentos clave del juego y modular la voz con el fin de aludir a la emoción del momento. Mientras esto ocurría se intercalaban comentarios de los analistas sobre las jugadas.

La fibra emocional fue crucial en todo el encuentro ya que, en este caso al tratarse de locutores colombianos, y ser este el equipo vencedor, fue notoria la inclinación de los locutores ante el marcador final.

Diario #3

Partido por la Liga Betplay 2024-I Santa Fe vs Bucaramanga

Método: Observación / Presencial

Participantes: Narradores, Jugadores, Periodistas, Público espectador, Analistas.

Fecha: 06 de febrero de 2024



Espacio

El partido fue en el estadio Nemesio Camacho El Campín y comenzó a las 8:20 p.m. Desde las gradas era posible ver la ubicación de los equipos de transmisión de Win Sports, la pantalla de análisis para el árbitro del VAR, la ubicación de los camarógrafos y periodistas en cancha, “la barra brava” del equipo local y del visitante. También las zonas VIP encima de los camerinos de los jugadores y junto a ellas los comentaristas y analistas situados en vista preferencial. La tribuna occidental tenía un espacio para discapacitados y fue ocupado mayormente por la tercera edad, siendo esta la única zona donde hinchas locales y visitantes podían estar juntos sin protección policial. En el lugar también había zona de comida y enfermería.

Narración

En esta ocasión se interpretará la narración desde la tribuna. Durante el partido los ánimos del público fueron importantes ya que los canticos en 90 minutos buscaban hacer presión al equipo visitante, utilizando siempre a su favor la localía. La hinchada visitante no tuvo el mismo volumen. En el inicio del segundo tiempo el equipo leopardo anotó el único gol del partido y como respuestas el público local respondió con exigencias a sus jugadores. Cuando esto no ocurrió, los hinchas Santaferenses se desesperaron y fueron grotescos en contra de los jugadores de su propio equipo.

Diario #3

Partido por la Liga Betplay 2024-I Santa Fe vs Bucaramanga

Método: Observación / Presencial

Participantes: Narradores, Jugadores, Periodistas, Público espectador, Analistas.

Fecha: 06 de febrero de 2024



Horas antes del inicio del compromiso

Interacción con el público

Antes del inicio del partido las mascotas del equipo local Independiente Santa Fe bogotano, se acercan a las tribunas para tomarse fotos y jugar con los niños que en esta ocasión están presentes. Adicional a ello, mientras corre el entre tiempo un destacado realizador de vídeos de la red social Tik Tok se acerca a grabar vídeos preguntando acerca del rendimiento de los jugadores hasta el momento y posibles resultados una vez finalizado el compromiso.

Por otro lado, a través del canal que transmite el compromiso, se puede interpretar que la interacción con el público es por medio de preguntas que se dicen en medio del partido con el cual se esperan respuestas a través de la red social X y con un hashtag en específico, dichas respuestas se presentan y leen en vivo para darle un hilo continuo a la interacción.

Diario #4

Final Mundial Fútbol Femenino 2023 /
España vs Inglaterra

Método: Observación / Virtual

Participantes: Narradores, Jugadores,
Periodistas, Público espectador, Analistas.

Fecha: 20 de agosto de 2023

Se analizó la transmisión del medio español Marca, una jornada periodística con una duración de cinco horas aproximadamente en donde encontramos tres momentos claves: La previa, el partido y cierre o análisis final. El medio utiliza diferentes spots para tener una cobertura holística del partido, algunos se encuentran en el campo de juego, otros se encuentran en la cabina de radio y otros en un set de grabación.

Espacio

La narración del partido se da en diferentes lugares tanto presencialmente en Stadium Australia en la ciudad de Sidney, como virtualmente en las plataformas digitales y redes sociales. El deporte tradicional, sin duda ha tenido que adaptar sus formatos y converger entre diferentes públicos llegando a canales diversos, que en el caso de el medio Marca al ser una radio principalmente se ha propagado a su sitio web y aplicaciones móviles.



Equipo de la Selección Femenina Española tras su victoria

Fuente: AFP

Interacción con el público

Para el caso del medio Marca, se pudo observar que hubo una notable interacción con el público que se encontraba presencialmente espectando la final de fútbol. Este público era español principalmente y se enfocan las reacciones principalmente para transmitir la alegría de los hinchas frente al triunfo y las emociones que despierta el juego en públicos de todas las edades. Además de ello, es uno de los eventos más importantes en el marco de la representación femenina en este deporte, por lo que las entrevistas del cierre y análisis post-partido se enfocan en resaltar esta labor.

Narración

En la previa, podemos ver que los periodistas manejan un formato más conversacional en el que en un set de grabación pueden hacer un análisis del panorama futbolístico de la selección femenina española y compartir sus expectativas y opiniones personales del encuentro. En el partido, encontramos un narrador que se encuentra en el terreno de juego, relatando las jugadas más importantes.

En medio del relato deportivo, encontramos diferentes periodistas en la cabina, que simultáneamente en la transmisión analizan y comentan en tiempo real lo que pasa en la cancha. Y finalmente en el cierre, se abre paso a otros periodistas ubicados entre el público que se encargan de recopilar testimonios personales de los asistentes españoles del encuentro, tras la victoria de la selección femenina.

DIARIOS DE CAMPO



VALORANT

Diario #1

City Campus Challenge - Politécnico
Grancolombiano

Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadores,
Periodistas, Público espectador, Hostess
(presentadores)

Fecha: 13 de septiembre de 2023



Espacio

La jornada comenzó a eso de las 9:00 a.m. En la entrada se ubicaban los integrantes del semillero eSports del Politécnico y organizadores del evento “Force Games”, para guiar a los asistentes. Se llevó a cabo en la cafetería de la sede y se adecuó el sitio para albergar todos los aparatos tecnológicos y ambientes necesarios para el desarrollo del evento. El espacio estaba distribuido en pequeñas estaciones para que la audiencia participara; había ambientes para jugar videojuegos distintos a Valorant (como Justdance y un simulador de carreras automovilísticas) y una mesa para los interesados en participar en el desfile cosplayer. En la arena de juego principal se ubicaban jugadores (10 por ronda) y casters (4 en total). A su alrededor estaban los espectadores, en su gran mayoría jóvenes.

Interacción

En todo momento había personas dispersas en la zona y no propiamente enfocadas en el partido. Como lo muestra el mapa, cada uno de los rincones de la habitación estaban permeados por tecnología o espacios donde las personas pudieran entretenerse. La repartición era semejante a los “abiertos de tenis”, donde si bien es cierto que el evento principal son los enfrentamientos deportivos, existen otros espacios de dispersión que le permiten al espectador disfrutar la experiencia del juego. Las personas aunque no se quedaban todo el tiempo en el banco de espectadores, podían ver el juego desde cualquier sitio a través del monitor que lo proyectaba.

Frente a la cobertura, la mesa de los casters estaba muy cerca a la arena de juego, al banco de jugadores y al público. Eran cuatro los que conformaban dicho equipo: dos narraban, uno analizaba jugadas puntuales y otro animaba en los entretiempos. Este último era el único que utilizaba un espacio distinto a su mesa asignada, normalmente transitaba entre la arena de juego y el banco de jugadores, muchas veces con el fin de generar proximidad con la audiencia. Al no ser este un evento propiamente profesional, el público tenía la oportunidad de estar muy cerca a los participantes y casters. Aquí los narradores intentaban en todo momento interactuar con el público y emocionarlos con el relato

Diario #1

City Campus Challenge - Politécnico
Gran Colombiano

Método: Observación

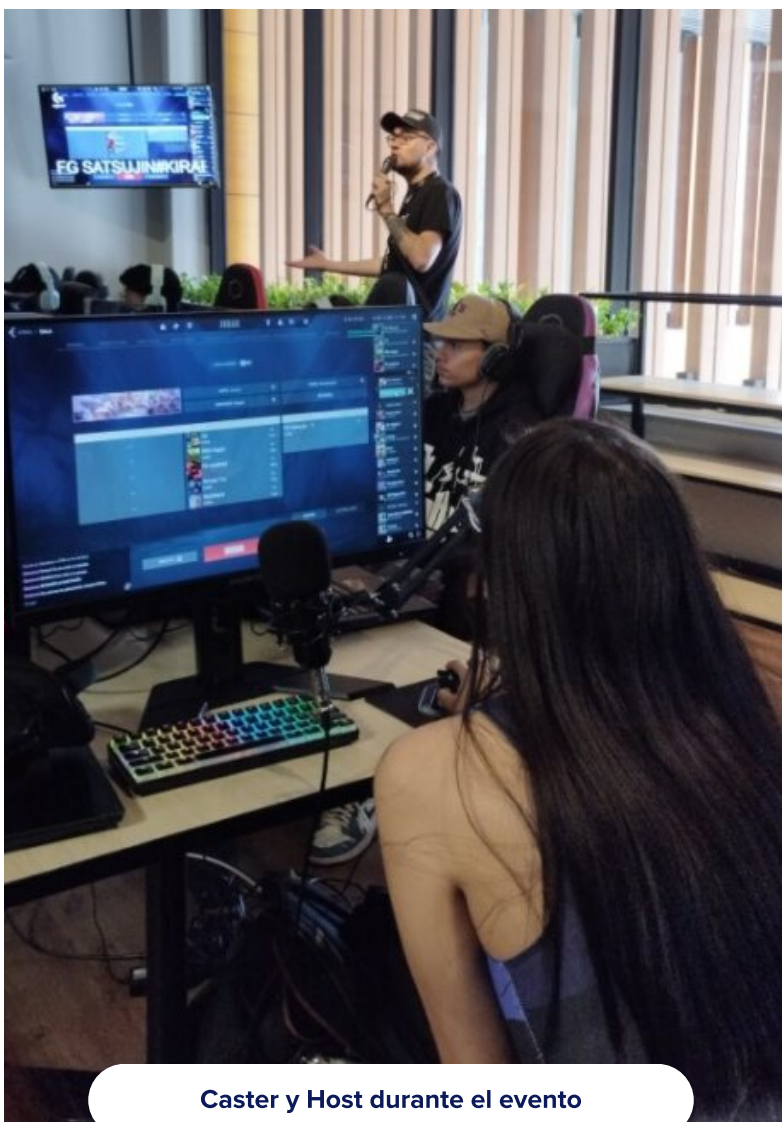
Participantes: Casters, Jugadores,
Periodistas, Público espectador, Hostess
(presentadores)

Fecha: 13 de septiembre de 2023



Casteo

Eran los encargados de llevar el hilo conductor de toda la jornada, desde la explicación de las rondas hasta dinámicas con el público, publicidad de los patrocinadores en el entretiempo y directores de toda la jornada en general. La jerga que empleaban era propia para entendedores del juego y fundamental en la narración de las partidas. Sus vestimentas, formas de discurso e incluso su locución eran informales, hacían chistes y comentarios que buscaban siempre la reacción de los espectadores. Muchas veces la euforia de la audiencia estaba influenciada por la entonación de los mismos locutores; gracias a la emoción del relato, las subidas en el tono de la voz y la precisión al elegir qué jugada o no categorizar como “buenísima” hizo romper en ocasiones el silencio en la sala.



Caster y Host durante el evento

Diario #2

Final Valorant Changers 2023

Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadoras, Periodistas, Público espectador, Hostess (presentadoras)

Fecha: 15 de octubre de 2023



Casters del evento

Espacio

El streaming juega un papel fundamental en el consumo de los juegos y de los esports, ya que a través del fortalecimiento como disciplina deportiva le ha dado reproductividad. En este evento, también se vió a los casters y hostess interactuando de manera online con los espectadores tanto en plataformas como Twitch y redes sociales como Youtube, Instagram y Twitter. Por medio de estas comparten sus opiniones de las competiciones de Valorant, los resultados esperados y opiniones acerca de las jugadoras.

Al terminar las rondas (13 rondas en total) personas especializadas diferentes a los hostess y los casters, se encargaban de explicar un panorama de las partidas, lo que permitía: El evento presentaba diferentes arenas, lugares donde se desarrollaron diferentes videojuegos como actividades integrativas para disfrutar de manera más completa la experiencia de la competición. Las personas en el Movistar Arena que estaban en el primer piso con boletería Platea tenían acceso a espacios para jugar Just Dance, Call of Duty, Gran Turismo y otros juegos más. Además, un minitorneo de Valorant entre los asistentes, la presentación de un desfile de cosplay y representantes de FreeStyle a nivel mundial.

Interacción con el público

Los hostess del evento se encargan de crear expectativas del evento, comparten las expectativas del público acerca de que equipo apoyan, si juegan Valorant o son sólo espectadores, cuánto conocen del “lore” (historia del juego) y de las modalidades de juego. Así los asistentes del evento se familiarizan, cuentan sus experiencias alrededor del juego y la interacción entre los actores (casters, hostess, analistas, jugadores y espectadores) es más directa.

Casteo

Las dos casters a cargo manejaron un lenguaje llamativo y acorde a la temporalidad del juego. En el “Game Changers” destacaron puntos de análisis como el tono de voz, las expresiones informales y con términos relacionados al funcionamiento del juego, además de la rapidez de la narración que se necesita al ser un juego shooter. El apoyo de las marcas significa impacta y visibiliza las competiciones. En este evento participaron: Páramo, Páramo Lab, TBL live, Trident, Jumbo, Pony Malta, Alpin, Nike, U Beat, LVP, Group Media Pro. Se trató de uno de los eventos más importantes de eSports a nivel mundial y Colombia fue anfitriona por primera vez de un evento de tal alcance. Una iniciativa que complementará la temporada competitiva al crear oportunidades y visibilidad para mujeres en la comunidad gamer.

Diario #3

Challengers Spain: Rising Mediamarkt
INTEL SPLIT 2 2023

Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadoras,
Periodistas, Público espectador, Hostess
(presentadores)

Fecha: 10 de junio de 2023

Espacio

En esta ocasión la distribución del evento se enfocó en la transmisión vía *stream* y el espacio se distribuyó en cuatro elementos principalmente: Visión del partido, información del juego (contador de puntaje y tiempo), cámara de jugadores y el chat. Aquí los casters hacían apariciones breves entre los cambios de rondas, antes y después de que terminara la jornada. En el caso de los espectadores, el tema del espacio podía ajustarse con base a sus comodidades, ya que Twitch le permitió al usuario jugar con el formato que mejor se acomode a sus necesidades (ampliar o disminuir la pantalla, elegir solo escuchar el audio o mirar en paralelo junto a los comentarios del chat).



Interacción

En el chat, los usuarios hacían uso de los *emotes* (algunos pagos y otros de uso libre) para reaccionar a algún comentario, jugada o momento alusivo al evento. Las personas además podían enviar mensajes escritos pero con ciertas restricciones ya que en esta plataforma, el que transmite tiene la potestad de censurar o expulsar a los usuarios que manejen un lenguaje inapropiado o que infrinjan las normas de la comunidad. Los casters a su vez pese a no poder responder directamente a los comentarios, involucraban a la audiencia con encuestas y trivias frente a preguntas relacionadas a los equipos.

Diario #3

Challengers Spain: Rising Mediamarkt
INTEL SPLIT 2 2023

Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadoras,
Periodistas, Público espectador, Hostess
(presentadores)

Fecha: 10 de junio de 2023

Casteo

Previo al inicio del juego, hubo un análisis previo de los equipos a participar y la preparación de los participantes para el encuentro. Para ello mostraron estadísticas y cifras del rendimiento individual y colectivo de los deportistas. En esta ocasión los casters no ocuparon tanto tiempo en pantalla ya que el enfoque principal siempre fue el desarrollo de la jornada.

Durante el juego, la narración era constante. La entonación provocaba emociones en el relato y pese a que la locución era rápida, en medio de jugadas el analista se encargaba de hacer comentarios sobre las jugadas. En pantalla se mostraba las repeticiones de los momentos más destacables durante el juego y entre las reacciones de los casters habían chistes, comentarios informales entre ellos e incluso gritos de euforia.

Posterior al partido hubo dos espacios importantes en la transmisión:

1. **Cubrimiento periodístico a los vencedores:** se leyeron comentarios de los espectadores en el chat y se ahondó sobre cómo los deportistas se sentían frente al triunfo. Constantemente había un *friendly reminder* en el chat y por parte de los casters sobre el buen trato dentro de la comunidad y con los jugadores.
2. **Análisis del partido:** Aquí participaron tres casters distintos a los anteriores. Su espacio trató sobre los resultados del juego, el análisis de lo que para ellos habían sido las mejores jugadas y el MVP de la jornada (mejor jugador del partido).

Es importante destacar que en todo momento mostraban a sus patrocinadores en pantalla o hacían mención de ellos durante su relato.

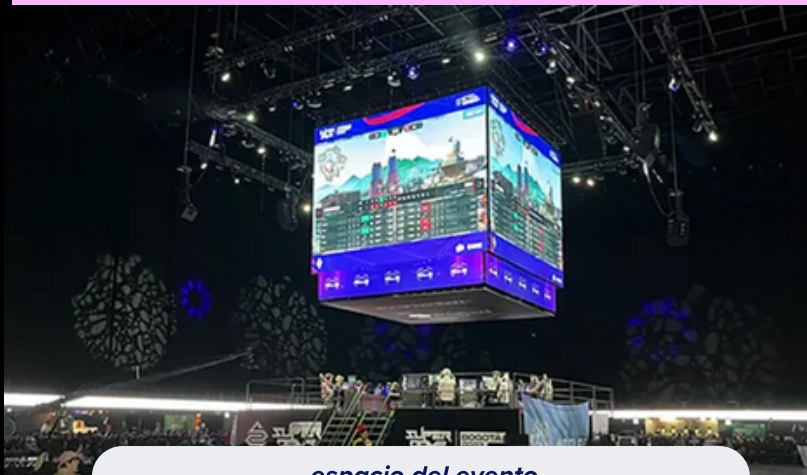
Diario #4

Superdome LATAM Gran final

Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadoras, Periodistas, Público espectador, Hostess (presentadores)

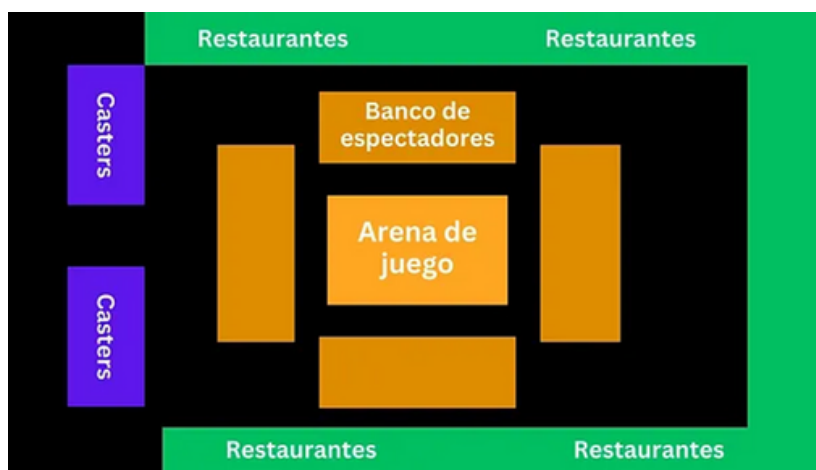
Fecha: 11 de noviembre de 2023



espacio del evento

Espacio

A diferencia de los demás eventos, este no contaba con las tradicionales “arenas temáticas”. El espacio del sitio situaba toda su atención en el lugar de juego de los equipos. El público estaba alrededor del diamante principal y su organización era similar a los enfrentamientos del boxeo, ya que incluso la ambientación del encuentro se asimilaba a los famosos rings, probablemente porque la organización de dichos torneos se adecua al espacio en el que se ejecute, pese a tratarse de la misma disciplina o videojuego. Frente a los casters, estos se ubicaban en cabinas abiertas de espaldas a los jugadores y el público. Así mismo la publicidad de los patrocinadores del evento era constante, circulaba alrededor del coliseo de forma constante y en las cabinas de los casters había productos de las marcas referidas.



Mapa de la distribución del espacio del evento

Interacción con el público

Tal y como en los eventos anteriores, los casters y hostess buscaron la forma de generar las reacciones de los espectadores. Por un lado, los narradores lo hacían mientras transcurría el juego y por otro los analistas cumplían dicha función con el público virtual. Una particularidad de este encuentro es que la audiencia pudo interactuar mucho más con los deportistas que en otros, por lo menos mientras los jugadores ingresaban a la arena a mitad de los entretiempos.

Diario #4

Superdome LATAM Gran final

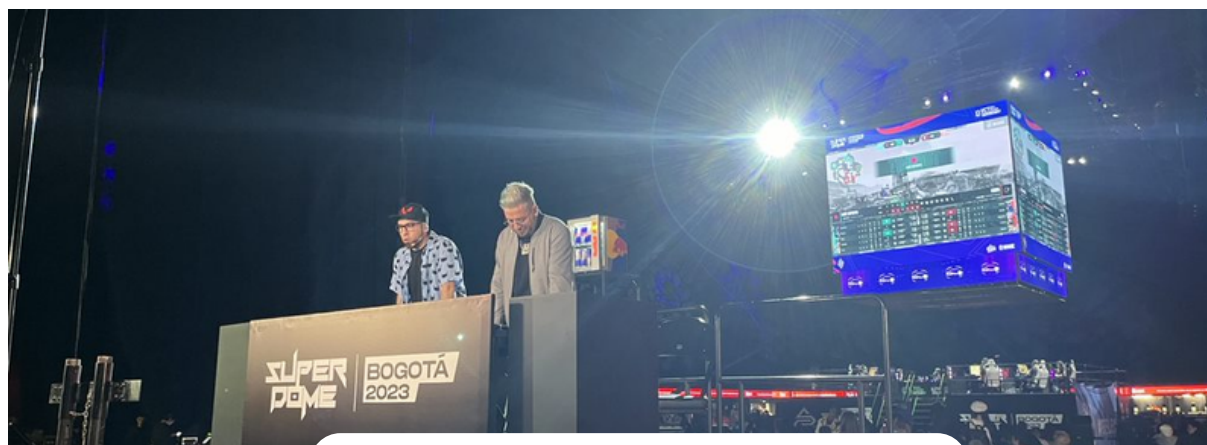
Método: Observación

Participantes: Casters, Jugadoras, Periodistas, Público espectador, Hostess (presentadores)

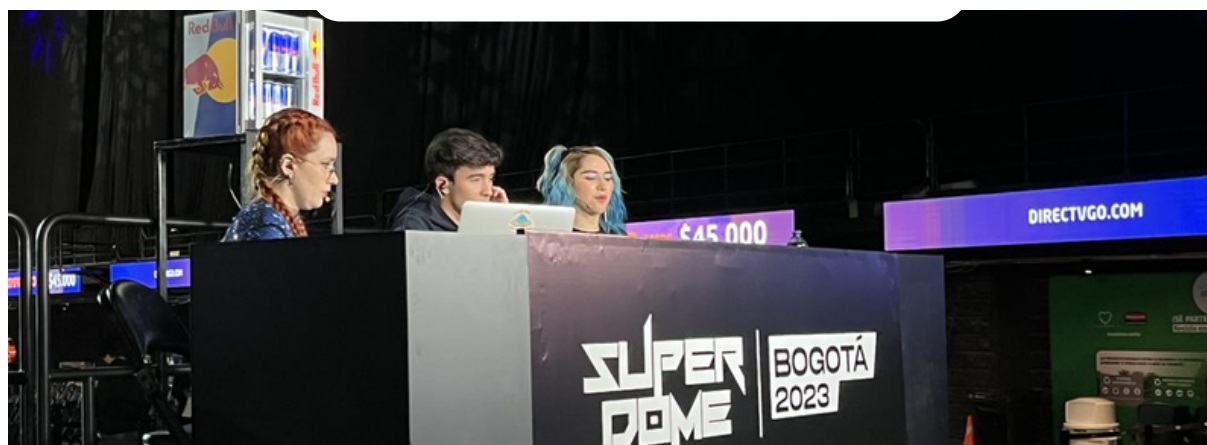
Fecha: 11 de noviembre de 2023



Mapa de la distribución del espacio del evento



Casters del evento



Ejercicio de casteo

El acompañamiento de los casters a lo largo de toda la jornada debía intentar alinear todas las perspectivas del juego. Dos los encargados de la locución, entre ambos se turnaban para relatar cada una de las rondas y estas duraban entre 25 a 40 minutos ya que dependía del rendimiento de los deportistas. Los cambios en la entonación acentuaban las jugadas relevantes de la jornada e incentivaban a la reacción del público. En total eran cinco las caras de la transmisión: dos locutores y tres comentaristas/analistas. Estos últimos intervenían al finalizar las rondas, ahondaban en las habilidades individuales y colectivas de los jugadores. Durante las partidas no aparecían por lo que podría decirse que su participación era off game (fuera de juego) y estaba dedicada mayoritariamente al público vía streaming que esperaba el evento desde la plataforma Twitch.