



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

SEXTA FALTA: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN EXPANSIÓN

MULTIMEDIA

www.sextafalta.cl

CRISTÓBAL ANDRÉS CRUZ MARTÍ
GUSTAVO EDUARDO SOTO DE LA CUADRA

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Informe escrito para modalidad digital

PROFESORA GUÍA: ANDREA HOARE MADRID

SANTIAGO DE CHILE

OCTUBRE - 2021

ÍNDICE

ÍNDICE	2
INTRODUCCIÓN	3
ALCANCE	7
PROBLEMA	9
RELEVANCIA O JUSTIFICACIÓN	12
SUPUESTOS	14
OBJETIVOS DEL PROYECTO	16
MARCO TEÓRICO	17
METODOLOGÍA	26
DESARROLLO DEL PROYECTO	30
Definición del perfil de usuario.....	30
Benchmarking.....	32
Planificación y producción del contenido	46
Sexta Falta Podcast	49
Canal de Youtube de Sexta Falta	53
Difusión en redes sociales	56
Integración de nuevas plataformas al sitio web	58
CONCLUSIONES	61
ANEXOS	66
BIBLIOGRAFÍA	96

INTRODUCCIÓN

La creación del medio de comunicación Sexta Falta (www.sextafalta.cl) ocurrió en medio del camino hacia la profesionalización del fútbol chileno. A excepción del fútbol, la totalidad de los deportes en Chile se encuentran en un estado de amateurismo y son practicados bajo condiciones de precariedad laboral.

El fútbol es uno de esos tantos oficios que lucha por consolidarse como una actividad que logre entregarle mayores oportunidades y garantías a los deportistas que lo practican. En este contexto, son diversos los factores que inciden en la precarización de los deportes no profesionalizados.

Una de las principales causas es la falta de financiamiento y apoyo a estas disciplinas, lo que a su vez obstaculiza la obtención de éxitos deportivos que puedan promover su crecimiento. Pero al mismo tiempo, la poca o nula cobertura mediática que reciben termina por invisibilizarlos e impide la generación de audiencias y el desarrollo de una industria sostenible a su alrededor.

Sexta Falta surge a raíz de esta problemática y constituye el primer medio de comunicación formal en torno al fútbol en Chile. Este, de carácter prominentemente digital, nació como parte de una memoria de título, pero devino en un proyecto que fue asentándose y creciendo.

Actualmente, y con su expansión a nuevas plataformas multimedia, Sexta Falta busca consolidarse y posicionarse como la principal fuente periodística sobre este deporte en el país, agrupando a una comunidad que se encontraba dispersa, pero que manifestaba un claro interés por tener un espacio de representación.

En su primera etapa, este proyecto enfrentó desafíos propios de la era digital, lo que se tradujo en la ejecución de tareas como la optimización en la arquitectura de la información y el posicionamiento en los motores de búsqueda.

Otros objetivos, como reunir a la comunidad del futsal y transformarla en un interlocutor real de este incipiente deporte o producir contenido de valor sobre esta disciplina, tenían ya relación directa con el área periodística a la que se aboca este medio y las motivaciones detrás de su fundación.

Para esta segunda fase del proyecto Sexta Falta: Diseño e implementación expansión multimedia, el foco estuvo centrado en la creación de una estrategia de comunicación a partir de la gestación de dos nuevas plataformas de Sexta Falta: un [canal de podcast](#) y un canal de [YouTube](#).

En esa misma línea, la experiencia brindada por el desarrollo de ellas permitirá proyectar la incursión en nuevos proyectos digitales multimedia en el mediano y largo plazo, como la producción de contenido audiovisual rodado de manera autónoma y la realización de *livestreams* a través de Twitch.

Estos fueron considerados al comienzo de esta memoria de título, pero debieron ser descartados debido a las restricciones a la movilidad decretadas por la emergencia sanitaria de la pandemia del Covid-19, que impidió la filmación en locación, y por la falta de equipamiento y recursos para sostener una transmisión en vivo de un alto estándar técnico y estético.

Al incursionar en estos nuevos formatos, el medio buscó cumplir con una de las bases del periodismo digital, que es “atender las necesidades de un usuario que no sólo consume, sino también produce, comenta, comparte y difunde información” (López, 2013, p. 30).

En tiempos de cambios y evolución constante en el ámbito de la comunicación digital y transmedia, esta memoria de título buscará aprovechar las oportunidades que este escenario presenta y empujar a este medio de comunicación hacia una consolidación que le permita ser sostenible e insertarse de manera exitosa en el área de las industrias creativas.

El momento actual puede ser un punto de inflexión en cuanto a la cobertura periodística de este deporte. Equipos locales como Colo-Colo o la Universidad de Chile, que representan instituciones de gran tradición y marcas sumamente atractivas, se han volcado con cada vez más fuerza al desarrollo de sus ramas de fútbol y han buscado transformarse en los principales referentes del país en su práctica.

Esto a su vez se conjuga con los esfuerzos institucionales por darle estabilidad a los campeonatos de fútbol organizados por la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP), que ya llevan cinco años de continuidad. Asimismo, se ha fomentado el crecimiento de las selecciones nacionales y se ha buscado posicionar con mayor relevancia a Chile dentro del concierto de países afiliados a la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol).

Prueba de esto es, por ejemplo, la frustrada Copa América que debía albergar nuestro país el año 2019 y que debió ser cancelada por el estallido social de octubre, lo que habría sido la primera edición del torneo realizada en Chile; o la histórica gira internacional que realizó la Selección Masculina entre agosto y septiembre de este año, viajando hasta Marruecos y Tailandia para jugar partidos amistosos con las selecciones de ambos países y Egipto, todas participantes de la Copa Mundial de Fútbol Lituania 2021, organizada por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA).

A medida que este deporte continúe creciendo en Chile y el mundo, las posibilidades de cultivar audiencias cada vez más masivas y monetizar de forma independiente medios de comunicación dedicados a su cobertura serán cada vez más factibles.

Con la creación de Sexta Falta y su apertura a nuevas plataformas multimedia ya hemos sentado las bases de este proceso, lo que nos permitirá capitalizar las oportunidades que pueda brindarle el fútbol a estas industrias creativas en el mediano y largo plazo.

ALCANCE

El futsal está en una etapa de crecimiento y desarrollo en distintas regiones del mundo. El principal impulsor de este proceso es la FIFA, que, con distintos planes de desarrollo y generación de fondos, está intentando consolidar a este “primo” del fútbol tradicional.

Este deporte ya cuenta con una Copa Mundial, Eurocopa, Copa América, Copa Libertadores, Champions League y múltiples ligas nacionales, competiciones que también tienen su símil en el fútbol y arrastran algo de ese renombre hacia sí mismas.

El 2018, Buenos Aires albergó los Juegos Olímpicos de la Juventud, donde por primera vez se incluyó al futsal como disciplina. Esta fue una de las pruebas que el Comité Olímpico realizó para decidir si incluye de una vez por todas al fútbol sala en unos Juegos Olímpicos oficiales.

Una determinación definitiva al respecto aún no es tomada, pero, de concretarse, significaría un reconocimiento histórico para el deporte y un importante empujón para el desarrollo de su industria.

Chile no está exento de este crecimiento. Bajo el manto de la ANFP, el país ya consolidó una liga nacional con cuatro divisiones: Primera y Segunda División masculina, División Femenina y, por debutar este 2021, Sub-17 masculina.

Además, la Federación de Futsal (institución paralela a la ANFP que organiza su propia liga) ya cuenta con más de 80 equipos en sus respectivas categorías. Eso sólo en Santiago, puesto que ciudades como Talca, Temuco y Punta Arenas también cuentan con sus propias ligas locales

de futsal. A esto se le suman las Ligas Deportivas de Educación Superior y la Federación Nacional Universitaria de Deporte, que también realizan campeonatos a nivel nacional.

Por otro lado, la ANFP se ha transformado en un referente a nivel latinoamericano en la implementación de cursos y entrega de licencias (Clase B, Clase A y próximamente Clase Pro) para entrenadores, preparadores y trabajadores del futsal.

En el marco de este proceso de desarrollo del futsal a nivel mundial y local, el público interesado en este deporte también crece progresivamente. A medida que la actividad se vuelve más popular debido al impulso que se le da de parte de las organizaciones que lo rigen, las posibles audiencias que la consumen también elevan el umbral de su alcance.

Si con el estreno de su sitio web y sus redes sociales Sexta Falta apeló a una dispersa y reducida audiencia del fútbol sala nacional, este medio de comunicación ahora buscará capturar a los nuevos seguidores que genere el eventual auge de este deporte y, al mismo tiempo, profundizar el alcance que ha tenido en audiencias internacionales debido a su cobertura de temas que no se circunscriben exclusivamente a la práctica del futsal en Chile.

La apertura de las plataformas de podcast y YouTube no solo permitirá satisfacer las necesidades de contenido multimedia de este público, sino que, por las características propias de estos canales, también entregará la posibilidad de elaborar productos digitales más atractivos que también penetren en audiencias que no estén familiarizadas con la oferta comunicacional de Sexta Falta.

PROBLEMA

La etapa inicial de desarrollo de Sexta Falta respondió al desinterés de los medios tradicionales por los deportes que no sean el fútbol masculino y la escasa cobertura informativa que se le brinda a estos.

Con la excepción de hitos circunstanciales que reciben atención del *mainstream* por ser de gran relevancia (generalmente resultados o logros históricos), basta una búsqueda rápida por los principales portales deportivos web del país para verificar que la mayor parte del contenido deportivo está centrado en el balompié.

Pero este fenómeno no es sólo chileno:

“Lo cierto es que en España hablar de periodismo deportivo casi se reduce a hacerlo de periodismo futbolístico. La hegemonía del deporte rey en los espacios informativos parece incontestable, al copar, según el tipo de medio, entre el 70% y el 90% de las páginas y los minutos de programación” (Rojas-Torrijos, 2015, p. 52-53).

El futsal es uno de esos deportes que rara vez recibe cobertura. El año 2018 se disputó el campeonato Sudamericano Sub-20 femenino en Santiago y ningún medio nacional informó al respecto. Esto derivó en una cancha casi sin espectadores durante el desarrollo del torneo, pese a que el recinto del Estadio Nacional albergó el evento con entrada liberada al público.

Ante este escenario, se genera una paradoja fundamental: ¿cómo puede un deporte en desarrollo visibilizarse y crecer si la cobertura mediática que recibe está supeditada a los éxitos que pueda conseguir y al interés publicitario y económico que pueda generar? Bajo esta premisa,

resulta natural que el periodismo deportivo suele ser entendido como periodismo de fútbol, y es justamente el fútbol el deporte que, en tanto industria masiva y multimillonaria, capta la casi la totalidad de la atención periodística a nivel mundial.

Manfredi Sánchez, Rojas-Torrijos y Herranz de la Casa profundizan en detalle la realidad de esta problemática en España:

“Se trata de un ámbito periodístico complejo donde la especialización se produce por modalidades (fundamentalmente fútbol, que suele copar en torno al 70% del volumen diario de los espacios informativos) e incluso va más allá del deporte para hacerse sobre un solo equipo (Real Madrid, Barcelona, Sevilla, Betis, Valencia, etc.) o una categoría (Primera División, Segunda, Ligas internacionales, Fútbol Regional), todo ello atendiendo al ámbito de difusión del propio medio y, por consiguiente, de la comunidad a la que este pertenece y del tipo de público al que se dirige” (Manfredi Sánchez, Rojas-Torrijos y Herranz De La Casa, 2015, p. 78).

Esto demuestra que incluso en un país con un alto desarrollo del deporte, sobre todo en el ámbito del futsal, con la Liga Nacional de Fútbol Sala como una de los referentes a nivel mundial, la cobertura mediática que recibe esta actividad es muy reducida. Producto de este vacío, el campo comunicacional a explotar es muy amplio. El futsal en Chile, por ejemplo, no cuenta siquiera con registros acabados y rigurosos de su historia y resultados.

En las diversas entrevistas realizadas en la fase inicial del proyecto Sexta Falta, los usuarios aseguraron que una de las falencias más grandes del fútbol sala en Chile tiene que ver justamente con el acceso a la información. También expresaron su preocupación frente a esto, porque esa poca información que se podía conseguir sólo era sobre resultados, mas no de táctica o investigación sobre este deporte.

La creación del sitio web de Sexta Falta como consolidación de la comunidad ya creada en torno a sus redes sociales fue un paso importante en torno a la solución del problema que representa la falta de oferta informativa sobre futsal chileno. No obstante, considerando las demandas de contenido multimedia propias de la era digital en la que nos encontramos, esto es aún insuficiente para satisfacer las necesidades de los usuarios.

De esta manera, resulta imperativo expandir este medio de comunicación y establecer nuevas plataformas digitales que permitan optimizar el acercamiento a los usuarios y fidelizar a la audiencia de Sexta Falta mediante contenido multimedia de calidad. Con la creación del podcast y el canal de YouTube de Sexta Falta, este medio de comunicación intentará consolidarse como una alternativa sostenible de contenido digital sobre el fútbol sala en Chile.

Además, se buscará replicar este proceso con las audiencias internacionales en las que ya ha penetrado Sexta Falta, las que se ubican en países con un importante desarrollo del futsal como España, Brasil, Argentina, Paraguay o Costa Rica.

RELEVANCIA O JUSTIFICACIÓN

El futsal está realmente profesionalizado en pocos países del mundo, y en Europa es donde más casos se ven de un desarrollo en términos de salarios, contratos laborales y seguros médicos.

España ilustra esto muy bien, ya que los equipos locales tienen gran asistencia de público y generan un nivel de ingreso que les permite asegurar las condiciones de vida de sus deportistas profesionales. En otras palabras, los jugadores pueden vivir de la actividad.

En Chile se están dando pequeños pasos hacia allá. Varios jugadores emigraron al futsal argentino, una de las ligas más competitivas de Sudamérica y cuya selección nacional ha sido campeona del Mundial de Fútbol Sala, tanto en la categoría masculina como en la femenina. Esta incursión en el extranjero está cambiando la percepción que se tiene del salonista chileno en el resto del continente.

Como se mencionó anteriormente, la organización de la Copa América 2019 (suspendida por el estallido social) y el Sudamericano Femenino Sub-20 se le entregó a Chile producto del interés que la ANFP mostró en albergar ambos torneos. Eventos de esta envergadura representan una importante oportunidad para potenciar la difusión y resonancia mediática del futsal chileno.

Pese a esta favorable coyuntura, en el país sólo existe Sexta Falta como sitio web de futsal local. Las demás plataformas son cuentas de redes sociales como Facebook o Instagram, las cuales, además de no estar ceñidas a los estándares de ética y rigurosidad periodística propias de un medio de comunicación, tampoco generan contenido digital de carácter multimedia.

Es por esto que mediante la expansión multimedia, que en una primera fase consistirá en la creación de sus plataformas de podcast y YouTube, Sexta Falta no sólo apela a acrecentar su audiencia y aumentar el *engagement* con sus usuarios, sino que también a llenar el vacío en la oferta de contenido diverso que actualmente existe en la cobertura del futsal en Chile.

SUPUESTOS

Como ya se expuso anteriormente, el continuo crecimiento del fútbol permite vislumbrar importantes posibilidades de aumentar la penetración del medio en su audiencia primaria y secundaria, ubicadas en Chile y el extranjero, respectivamente.

La página web y las redes sociales del medio lograron agrupar a muchos de los principales actores de la comunidad del fútbol chileno, principalmente los jugadores, jugadoras e integrantes de los cuerpos técnicos de los clubes locales, además de las personas que conforman las diversas iniciativas que buscan cubrir el deporte.

Mediante entrevistas, cobertura de charlas y crónicas de todos los partidos jugados en todas las divisiones desde la creación del medio, Sexta Falta consiguió captar el interés de los usuarios. Sin embargo, en los últimos años se ha visto un crecimiento exponencial del uso de audio y video en medios y plataformas digitales, lo que está cambiando rápidamente la manera en que las personas descubren, consumen y comparten información.

Por ende, a pesar de la importancia de la creación de un sitio web y redes sociales, el protagonismo que ha tomado el podcast y YouTube y las distintas alternativas que entregan como canales de contenido multimedia deben ser explotadas para elaborar contenidos periodísticos que satisfagan a cabalidad las necesidades de información de los usuarios, en especial en el ámbito deportivo.

Grandes conglomerados mediáticos multinacionales como Fox Sports¹ o ESPN² se han volcado a la producción de podcasts en formato de programa radial y ya cuentan con un amplio catálogo de contenidos sobre distintos deportes, muchas veces con la presencia de reconocidas figuras televisivas como presentadores.

¹ <https://foxsportsradio.iheart.com/podcasts/>

² <https://www.espn.com/espnradio/podcast/>

Esto se suma a los ya consolidados canales de YouTube de estos medios, que durante más de una década han generado contenido audiovisual y han logrado cultivar audiencias de millones de suscriptores y obtener miles de millones de reproducciones.

El mismo camino han seguido instituciones que rigen grandes ligas deportivas de Estados Unidos como la National Basketball Association (NBA)³ y la Major League Baseball (MLB)⁴, que ya desde mediados de los 2000 han alimentado de contenido a sus canales de YouTube y han logrado congregarse en sus diversas plataformas a sus masivas audiencias, transformándose en verdaderos medios de comunicación en sí mismos.

En consecuencia, esta etapa de expansión potenciará el crecimiento de Sexta Falta y le permitirá seguir consolidándose como medio de comunicación digital. A través de una oferta de contenido multimedia más completa que permita fidelizar a la audiencia y maximizar el alcance de esta, este proyecto se acercará a niveles de desarrollo que le permitan ser una alternativa comunicacional sostenible en el tiempo.

³ <https://www.youtube.com/user/NBA>

⁴ <https://www.youtube.com/user/MLB>

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- Crear las plataformas de podcast y YouTube de Sexta Falta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Producir y publicar la primera temporada de un podcast sobre futsal chileno.
- Producir, grabar y editar material audiovisual para el canal de YouTube de Sexta Falta.
- Incorporar a las nuevas plataformas en el sitio web de Sexta Falta.
- Aumentar la penetración y el alcance en los usuarios de Sexta Falta.
- Impulsar el proceso de creación de nuevos usuarios hispanoparlantes de Sexta Falta.

MARCO TEÓRICO

Los medios sociales

El concepto de medios sociales (adoptado de la literatura anglosajona acerca de “*social media*”) se refiere a un tipo de plataforma de creación y publicación de contenidos donde tanto el receptor como el emisor intercambian funciones y capacidades en la interacción.

Andreas Kaplan y Michael Haenlein (2010) definen estos medios sociales como un grupo de aplicaciones de Internet construidas sobre los fundamentos y filosofía de la Web 2.0, que permiten intercambiar, compartir y generar contenido por el usuario.

En este apartado entran los blogs, wikis, entre otros; y principalmente los que incumben a este proyecto: podcasts y redes sociales. Estos medios sociales tienen la capacidad de amplificar el efecto de la comunicación con un público o usuario, llevando la conversación de manera personalizada.

El concepto conversar adquiere importancia debido a que en este nuevo tipo de comunicación no sólo existe un único emisor que habla, sino que funciona en ambos sentidos y acciones: se escucha y se habla desde emisor y receptor (Castells, 2009).

Para Javier Barrio, en tanto, “el auge de Internet móvil está impulsando el uso de los medios sociales a nuevas alturas. Los consumidores con acceso a Internet móvil utilizan las redes sociales con más frecuencia e intensidad” (Barrio, 2017, p.126).

En vista de esto, resulta fundamental aprovechar la proyección de los medios sociales para la creación de contenido periodístico afín a los intereses del proyecto Sexta Falta para, por un lado, seguir aumentando el público objetivo y, por otro, enfrentar los desafíos que recoge el periodismo digital en sus distintas plataformas.

El usuario digital: un sujeto a conocer

Autores como McLuhan (1967) advirtieron que gran parte del futuro de la publicidad estaría diseñada a la medida del usuario. En este caso no hablamos de publicidad, pero tanto el periodismo como el usuario digital están girando hacia un contenido cada vez más específico y de nicho. Acá la credibilidad resulta clave para que el usuario de Internet, cada vez más exigente, elija una marca o medio por sobre otro.

Por su parte, Castells (2009) señala que este proceso implica un cambio en el modelo de comunicación, de uno vertical y unidireccional, conformado por un emisor, un mensaje y un receptor, a uno horizontal, de carácter bidireccional, que permite la retroalimentación en el espacio digital.

Pero, ¿es el usuario digital una cifra directamente proporcional a calidad-cantidad? Por supuesto que no. Barrio explica que “es importante destacar que un aumento en el número de seguidores en los perfiles sociales no conlleva un incremento proporcional en los ratios de *engagement* de los usuarios” (Barrio, 2017, p. 127).

En este sentido, la estrategia a utilizar en esta investigación no debe ir dirigida a simplemente ganar adeptos y esperar que la interacción surja de forma espontánea. Asimismo, un público con alto *engagement* no asegura que su cantidad aumente de manera proporcional.

Sin embargo, se debe trabajar en el perfil de este usuario a pesar de ya conocer algunas características. Una gran parte de estos llega a la información y contenidos mediante teléfonos celulares y tablets, lo que exige que la disposición periodística de los sitios y medios sociales esté enfocada en adecuarse a esos hábitos y herramientas (Rojas-Torrijos, 2015).

El periodismo deportivo en la era digital

Las comunicaciones están variando y el periodismo deportivo no es ajeno a esta búsqueda de las respuestas que la llegada de la inmediatez y las nuevas tecnologías de la información le demandaron. La situación en el espectro de los deportes derivó en una oportunidad para los que menos atención reciben del periodismo tradicional.

Esto lo explican muy bien los autores Manfredi, Rojas-Torrijos y Herranz, al asegurar que “esta área de especialización periodística tampoco es ajena al complejo proceso de ajustes por el que atraviesa actualmente el sector de las empresas informativas” (Manfredi, Rojas-Torrijos y Herranz, 2015, p. 78).

Incluso agregan:

“Se trata de un ámbito que vive un momento de expansión y diversificación con el nacimiento en los últimos años de nuevos medios y micromedios, en su mayor parte digitales, que han aprovechado las posibilidades que ofrecen las nuevas plataformas tecnológicas para cubrir con mayor especialización el fútbol y el resto de modalidades y así llegar a una audiencia cuyas necesidades informativas quizá no estaban siendo suficientemente satisfechas por los medios tradicionales” (Manfredi, Rojas-Torrijos y Herranz, 2015, p. 79).

Tanto el Internet, las páginas web y los medios sociales significaron una visible ayuda para la creación de nuevos medios de comunicación, sobre todo especializados. Esto se aprovechó para

integrar los nichos no explotados por los medios tradicionales. Estos, sin embargo, ante la irrupción de las nuevas tecnologías, siguieron controlando la pauta a cubrir.

Pero estos “nichos”, que han adquirido popularidad por distintas razones (véase el caso del fútbol femenino con la participación de Chile en el Mundial de Francia y el movimiento feminista), representan también el histórico vínculo entre el deporte y los medios de comunicación y su relevancia en la construcción de identidades nacionales (Rowe, 2013).

Rojas-Torrijos describió así este fenómeno:

“El poder de atracción que tiene el deporte ha sido históricamente muy bien aprovechado por el periodismo, que ha proyectado los logros de deportistas y equipos hacia la comunidad a la que representan mientras ha despertado en el ciudadano la necesidad de consumir ese tipo de información para ser partícipe de la consecución de un éxito colectivo” (Rojas-Torrijos, 2011, p.17).

Según el autor, la gente logra esta identificación con los logros deportivos en la medida que puede verlos, estar al tanto y seguir la participación del deportista nacional. Por el contrario, si no tiene la oportunidad de acceder a la cobertura de sus actividades, suele caer en el desinterés. Aquí es donde los nuevos medios creados para cubrir estos deportes adquieren importancia.

Esta visibilidad que han logrado algunos deportes, gracias a medios alternativos como Sexta Falta, les ha ayudado a popularizar más sus prácticas y a que las personas se sientan más cercanos a ellas. De esta manera se contribuye a que más gente sienta el interés en practicar o seguir nuevos deportes, más allá de los tradicionalmente masivos y populares como el fútbol, basquetbol o tenis.

El desafío para el periodismo tradicional recae en adaptarse a las alternativas que la tecnología trajo consigo y aprovecharlas para generar contenidos periodísticos acordes a las nuevas audiencias.

Por su parte, para los nuevos medios digitales como Sexta Falt, nacidos bajo el manto y las opciones que el Internet y las redes sociales entregan, deben aprovechar las ventajas y conocer las desventajas de las plataformas web y sus derivados. Son estos medios los encargados de crear contenido de valor para estos emergentes nichos comunicacionales.

La irrupción del podcast en los medios de comunicación

Pese a que surge a fines del 2004, el podcast aún está en proceso de incorporación y consolidación en los medios de comunicación. Y si bien se trata de un formato que aún no ha sido explotado en todo su potencial, nuevos podcasts han proliferado rápidamente durante los últimos años, justamente debido a la gran cantidad de oportunidades y ventajas que plataformas de este tipo presentan.

En esencia, el podcast es contenido de audio o video disponible en internet y que puede ser descargado automáticamente en un computador o aparato móvil (Geoghegan y Klass, 2007). Pero más allá de esta rudimentaria definición, el podcast es una tecnología transgresora que rompió con las reglas tradicionales de la radiodifusión y empoderó a los individuos de maneras nunca antes vistas.

Si hasta entonces el “acceso a enormes audiencias potenciales era un privilegio solo reservado para grandes corporaciones y gobiernos”, con la aparición del podcast “los podcasters pueden alcanzar más audiencias geográficamente diversas que una estación de radio con el transmisor AM/FM más poderoso del mundo” (Geoghegan y Klass, 2007, p. 1-2).

Además de ofrecer mayores posibilidades de alcance para comunicadores independientes, el podcast también ha cambiado la manera de relacionarse con la audiencia. Según Dann y Spilleni (2018), este formato le otorga mayor control al auditor, ya que, a diferencia de la radio, este debe navegar una amplia oferta de contenido para seleccionar, reproducir e incluso suscribirse a un determinado programa.

Por esto, la escucha de podcasts no es pasiva. El usuario no solo elige activamente lo que quiere escuchar, sino que también lo hace de manera íntima. Al ser un formato de naturaleza portátil, está fuertemente asociado a los traslados y a la escucha con auriculares, lo que conlleva una mayor atención de parte del auditor.

Las ventajas que el podcast entrega no se reducen solo a las particularidades de su difusión y el potencial de su alcance. También es “una herramienta que ofrece posibilidades sonoras y narrativas que otros formatos no tienen” (López, 2017, p. 47).

Estas libertades creativas, además de permitir la producción de contenido de valor que sea atractivo para el público, contribuyen en fidelizar a la audiencia y fortalecer las aspiraciones de financiamiento de un medio.

Todo lo mencionado anteriormente convierte al podcast en un formato rico en potencial y capaz de conformar el modelo de negocios de un medio de comunicación. Un ejemplo de esto es el caso de Súbela Radio, medio fundado en 2011 y que ya se ha establecido como el referente de la difusión de audio digital en Chile.

Con un catálogo de podcasts que abarca los más diversos temas, Súbela ha apelado a distintos nichos de audiencia y ha cultivado una gran cantidad de seguidores fidelizados que se encuentran en el centro de su modelo de negocios.

Además de la suscripción pagada y la venta de *merchandising*, la publicidad basada en el *branded content* le ha permitido a esta radio digital ser un medio sostenible (López, 2017). Así, las propias empresas piden la generación de contenido ligado a las marcas o productos publicitados.

De esta manera, el podcast trasciende la mera difusión de audio digital y se ha consolidado como una “forma de expresión, interacción y construcción de comunidad”, a través de la cual “comunidades de entusiastas son construidas, herramientas son creadas y productos son vendidos” (Geoghegan y Klass, 2007, p.4).

Sin embargo, muchos medios de comunicación han adoptado el podcast como un mero canal alternativo de su contenido habitual, ya sea radio o televisión, y no como un formato comunicacional en sí mismo que amplíe sus opciones creativas y estratégicas.

Es aquí donde proyectos como Sexta Falta tienen una ventaja: los espacios para desarrollar su máximo potencial que el podcast no tiene en los medios tradicionales sí los puede encontrar en medios emergentes.

YouTube y el periodismo visual

Cada vez más medios de comunicación incorporan el uso de elementos audiovisuales en su generación de contenido, y en este esfuerzo por adaptarse a la demanda multimedia de la era digital, el vídeo es uno de estos formatos que intenta capturar nuevas audiencias.

Ya en el 2005 el diario New York Times, referente mundial del periodismo y uno de los casos más exitosos de reinención de modelo de negocios en medios de comunicaciones en el siglo XXI, creaba su departamento de video y vislumbraba el futuro de la empresa.

Hoy, el Times apuesta fuertemente por el uso de elementos visuales y gráficos, el llamado periodismo visual, al punto que su equipo de trabajo está conformado por 60 reconocidos profesionales y se proyecta que contenido de este tipo ocupe el 50% de su producción digital (Nafría, 2017).

Las temáticas abordadas en los videos del Time son diversas y están agrupadas en 20 secciones distintas. Este contenido es de acceso libre y busca hacer crecer a su audiencia y aumentar los ingresos publicitarios del medio. Sumado a la oferta audiovisual de su propio sitio web, el diario también cuenta con un canal de YouTube que tiene más tres millones de suscriptores y más de mil millones de reproducciones.

Así como el Times, muchos medios de comunicación se han volcado a la producción de videos, y muchos lo han hecho pensando este contenido para su difusión específica en plataformas de *streaming* como YouTube. Hoy, un programa o canal de este sitio web puede tener un alcance igual o superior que cualquier medio o conglomerado comunicacional.

En el caso del periodismo deportivo, el panorama no es diferente. Los grandes medios difunden su contenido de manera casi diaria en YouTube y han generado audiencias masivas en esta plataforma. En el caso de ESPN, el video ha tomado tal relevancia que los ha llevado a inaugurar ESPN+, servicio de suscripción de video del cual fragmentos de su contenido se encuentran disponibles en el canal de YouTube.

Proyectos emergentes que no disponen del capital y los medios de grandes conglomerados como este también han sabido aprovechar la plataforma que otorga YouTube. Mediante la

producción de videos, canales sobre fútbol como Tifo Football o The Coaches' Voice han logrado llegar a una audiencia de nicho, fidelizarla y han maximizado su alcance a niveles que, en apariencia, son difíciles de alcanzar para una plataforma de contenido sumamente especializado y técnico sobre un deporte.

YouTube representa un soporte ideal para medios emergentes que busquen diversificar su oferta de contenido multimedia y llegar a una audiencia cuyas necesidades son cada vez más específicas. En el ámbito del periodismo deportivo son diversos los proyectos que con éxito apelan a usuarios que no ven satisfechas sus demandas de video digital en los medios de comunicación tradicionales.

METODOLOGÍA

Como ya se ha mencionado anteriormente, esta fase de expansión de Sexta Falta se basa en el desarrollo de los canales digitales de podcast y YouTube del medio.

Para esto resulta clave trabajar tres ejes centrales: la generación de un perfil de usuario, la planificación de los contenidos a tratar y la producción del contenido multimedia.

En cada uno de estos pasos hay una serie de tareas a trabajar, las que serán detalladas a continuación.

Perfil de usuario

Para definir al público objetivo al que apuntarán las nuevas plataformas digitales de Sexta Falta, será necesario, por un lado, basarse en el perfil de usuario del medio de comunicación Sexta Falta y, por otro, estudiar la respuesta que tenga la audiencia a los nuevos contenidos multimedia desarrollados en esta fase del proyecto.

La audiencia de Sexta Falta se encuentra principalmente en la comunidad que se ha generado en torno a los torneos nacionales de fútbol organizados por la ANFP. Además, el medio ha logrado penetrar en países extranjeros mediante la cobertura de algunos temas que trascienden a la coyuntura nacional y su difusión a través de las redes sociales.

Si bien este será el público objetivo del nuevo contenido multimedia, también será relevante observar con atención el comportamiento de la audiencia ante los distintos formatos

explotados por las nuevas plataformas de Sexta Falta, tanto en su consumo directo como en su interacción con la difusión mediante las redes sociales del medio, puesto que se trata de un producto al que esta no está necesariamente habituada.

Esto permitirá tener claridad respecto de cuáles son los intereses específicos de la audiencia de Sexta Falta y cuáles son los formatos que obtienen mejor respuesta en un determinado segmento de esta.

Planificación de contenidos

El proceso de elección del contenido a desarrollar en los canales de podcast y YouTube, así como también su formato y estética, comprende, en primer lugar, la realización de un Benchmark para observar cómo otros medios explotan estas plataformas. El benchmark es una herramienta que Martí Casadesús define así:

“Es una técnica para buscar las mejores prácticas que se pueden encontrar fuera o a veces dentro de la empresa, en relación con los métodos, procesos de cualquier tipo, productos o servicios, siempre encaminada a la mejora continua y orientada fundamentalmente a los clientes" (Casadesús, 2005).

Este análisis comparativo de contenido se hará por separado para cada plataforma. Para el podcast, seleccionaremos canales que cubran periodismo deportivo y canales que elaboren crónicas sonoras con el uso de recursos narrativos para contar historias.

En el caso de YouTube, elegiremos canales que realicen análisis táctico y contenido educacional sobre deportes en general presentado en un formato audiovisual.

Una vez estudiados, estos medios brindarán referencias importantes a la hora de planificar los temas a tratar y los formatos utilizar en las nuevas plataformas digitales de Sexta Falta.

Producción del contenido

El último paso en el desarrollo de las nuevas plataformas de Sexta Falta será la producción de cada uno de los contenidos específicos destinados a estos nuevos canales. Estos serán, en concreto, capítulos para Sexta Falta Podcast y videos para el canal de YouTube de Sexta Falta. Cada una de estas plataformas tendrá contenido de distinto carácter y con distintos procesos de producción periodística y digital.

Para el podcast se trabajarán dos formatos: un formato de entrevista extendida con una fuente relevante dentro de la escena del futsal, tanto local como internacional, con una edición en postproducción minimalista y centrado en la conversación con el invitado; y un formato narrativo orientado a contar historias o abordar un tema específico, con el uso de distintos recursos sonoros que sirvan como dispositivo para desarrollar un tema y para captar el interés del auditor.

En cuanto al canal de YouTube, se elaborarán videos con contenido de corte educacional abocado al análisis en profundidad del futsal, recogiendo aspectos técnicos y tácticos del juego, buscando incrementar el nivel de conocimiento de nuestro público objetivo y despertar el interés de potenciales audiencias interesadas en el fútbol sala o el deporte en general.

Pese a las diferencias en el tipo de contenido, la producción para ambas plataformas seguirá un proceso similar a grandes rasgos, el que consta de una etapa de pre-producción (investigación periodística, selección de fuentes y/o material audiovisual, coordinación logística), producción (realización de entrevistas, elaboración de guiones, grabación de voces en *off*) y post-producción (edición de audio y de video, publicación del material y difusión a través de redes sociales).

Una vez listo, cada contenido será publicado en sus respectivos canales y promocionado a través de las cuentas de Instagram y Facebook de Sexta Falta. En el caso del podcast, este deberá ser primero alojado en un *hosting* de audio y luego distribuido por las distintas plataformas de reproducción de podcast.

Finalmente, cuando tanto el canal de podcast y YouTube estén en marcha, el sitio web del medio será rediseñado para incorporar estas nuevas plataformas como parte de la oferta multimedia que Sexta Falta le brindará a su audiencia.

DESARROLLO DEL PROYECTO

Como ya se ha establecido, este proyecto busca expandir las plataformas digitales de Sexta Falta como parte de un proceso de crecimiento y consolidación que le permita aumentar su penetración y alcance.

Esto se hará a partir de la creación de los canales de podcast y YouTube del medio, que se sumarán a su sitio web y redes sociales.

Para concretar esto se debió seguir una serie de pasos que ya fueron enunciados en la metodología de este proyecto, y a continuación daremos cuenta de su realización.

Definición del perfil de usuario

Desde su creación, el público objetivo de Sexta Falta se ha encontrado principalmente en la comunidad agrupada en torno a los torneos nacionales de futsal organizados por la ANFP. Esta audiencia se caracteriza por la cercanía entre quienes la conforman y la facilidad para identificarla y penetrar en ella, fenómeno que se explica en el carácter no masivo de este deporte, lo que contrasta, por ejemplo, con el fútbol.

En específico, se trata de, en su mayoría, los jugadores y trabajadores de los principales clubes de futsal de Chile y los actores que forman parte de la organización de los campeonatos oficiales. Su edad fluctúa entre los 18 y 35 años de edad. Además, presentan una necesidad por

consumir información sobre el futsal, tanto de su actualidad como de su historia, y aumentar sus conocimientos técnicos y tácticos sobre este deporte.

Este último punto es de gran relevancia, puesto que en la realización de entrevistas cualitativas a una decena de usuarios durante la etapa de creación del medio, en donde se les caracterizó de acuerdo sus hábitos y preferencias de consumo de contenido digital, la mitad de ellos indicó haber buscado videos sobre análisis de jugadas de fútbol con explicaciones de analistas o entrenadores. Por lo tanto, se logra identificar un claro vacío comunicacional.

Estas entrevistas se realizaron intentando focalizar, desde los distintos puntos de vista del deporte, las necesidades y posibles campos a explotar con el proyecto de Sexta Falta. Por esto, se involucró tanto a jugadores de Primera División, jugadoras de la División Femenina, entrenadores de ambas categorías, gestores deportivos, instructores FIFA y coordinadores de equipos chilenos. Las necesidades encontradas fueron clave a la hora de planificar la Fase 1 del sitio web www.sextafalta.cl.

Al mismo tiempo, también se reconoce una audiencia secundaria en países extranjeros que Sexta Falta ha alcanzado durante su funcionamiento como medio de comunicación y producto de la cobertura periodística de ligas extranjeras con la participación de jugadores chilenos (Argentina, Suecia, Bolivia) o grandes eventos como la Champions League, Copa Libertadores o Mundial de Futsal.

Este proceso fue en parte motivado por la inactividad de los campeonatos locales de futsal durante el 2020 tras su suspensión durante la emergencia sanitaria provocada por la pandemia Covid-19, lo que también empujó a producir contenido atemporal y de investigación sobre el deporte.

El alcance de este contenido fue acentuado gracias a su difusión a través de redes sociales, en particular Facebook, la que tiene una gran cantidad de comunidades virtuales que se reúnen en

grupos destinados al consumo y difusión de contenido comunicacional, lo que permitió, por ejemplo, alcanzar público en España y tomar contacto con actores de la industria del futsal como entrenadores y periodistas.

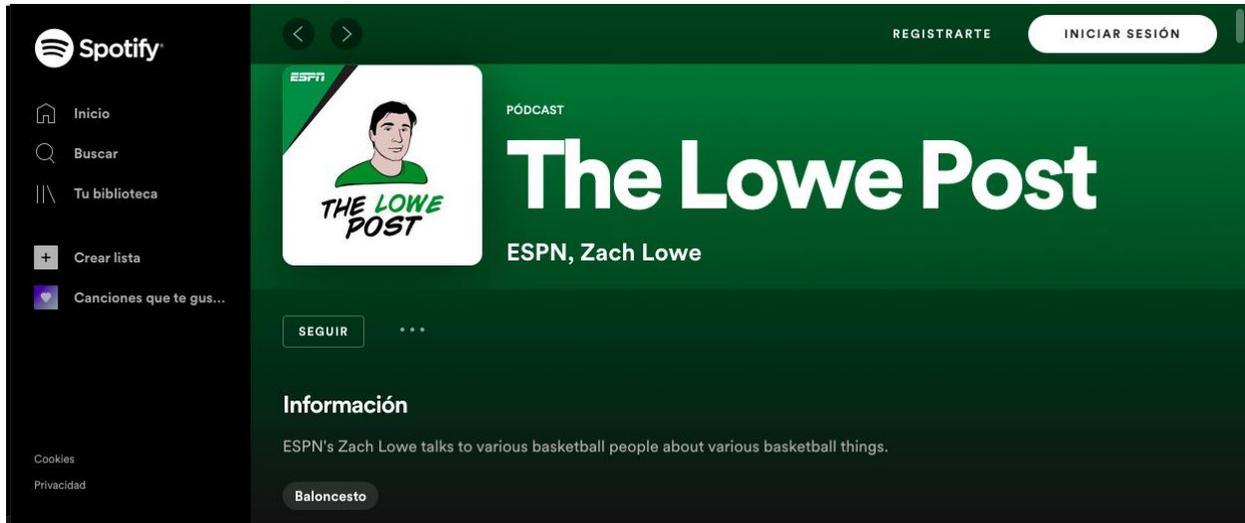
Por lo tanto, las nuevas plataformas de Sexta Falta apelarán a ambas audiencias, con temáticas que se inclinen por apuntar con mayor énfasis a la audiencia nacional o en la del extranjero, todo esto dentro del marco de los objetivos específicos del proyecto: aumentar la penetración y el alcance en los usuarios de Sexta Falta y continuar impulsando la creación de nuevas audiencias hispanoparlantes.

Benchmarking

El benchmarking previo a la producción del contenido fue realizado por separado para cada plataforma. A continuación se mostrará cada medio seleccionado y se detallarán las principales características de cada canal, rescatando aspectos positivos y señalando aquellos que no aplicarían para Sexta Falta.

Podcast

Espn - The Lowe Post



(Captura de pantalla de The Lowe Post en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

El periodista de Espn Zach Lowe es el presentador de este podcast sobre la liga estadounidense de básquetbol. Con dos ediciones semanales, el veterano reportero comenta la actualidad de la NBA junto a colegas de distintos medios locales y, ocasionalmente, entrevista a jugadores y técnicos.

Cada capítulo tiene una duración promedio de entre 30 y 90 minutos y se elabora con una mínima post-producción, dejando fluir el grueso de la conversación sin pausas, sin música de fondo, solo interrumpida por marcas publicitarias y precedida por una marca de presentación.

The Ringer - The Bill Simmons Podcast



(Captura de pantalla de The Bill Simmons Podcast en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

En un formato similar al anterior ejemplo, el periodista estadounidense Bill Simmons, ex trabajador de Espn y fundador del medio The Ringer, comenta la contingencia de distintas ligas deportivas de su país en un programa con tres ediciones por semana.

Este podcast también tiene como invitados a periodistas deportivos locales, con quienes Simmons conversa sobre la NBA, la NFL y la MLB. Sin embargo, este tiene una duración promedio de entre 90 y 120 minutos, la que resulta muy extensa y lo acerca más a un programa de radio tradicional.

Three Four Two Productions - The Old Man and the Three



(Captura de pantalla de The Old Man and the Three en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

El ex jugador de la NBA JJ Redick y el productor Tommy Alter presentan este podcast semanal que recibe a destacados deportistas profesionales de Estados Unidos en un formato de entrevista extendida sobre sus carreras.

Este programa tiene una duración promedio de entre 60 y 90 minutos y es, a grandes rasgos, parecido a los dos ejemplos anteriores. No obstante, de este destacamos el uso de introducciones ex-post que condensan los temas tratados durante la entrevista y que sirven para generar interés en el auditor.

Emisor Podcasting - Historias de la Generación Dorada y El Lado Bielsa



(Captura de pantalla de Historias de la Generación Dorada en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

En estas dos series limitadas de podcast de la plataforma Emisor Podcasting, parte del conglomerado de comunicaciones de Canal 13, el periodista deportivo Rodrigo Vera realiza crónicas sonoras sobre la Selección Masculina de fútbol de Chile.

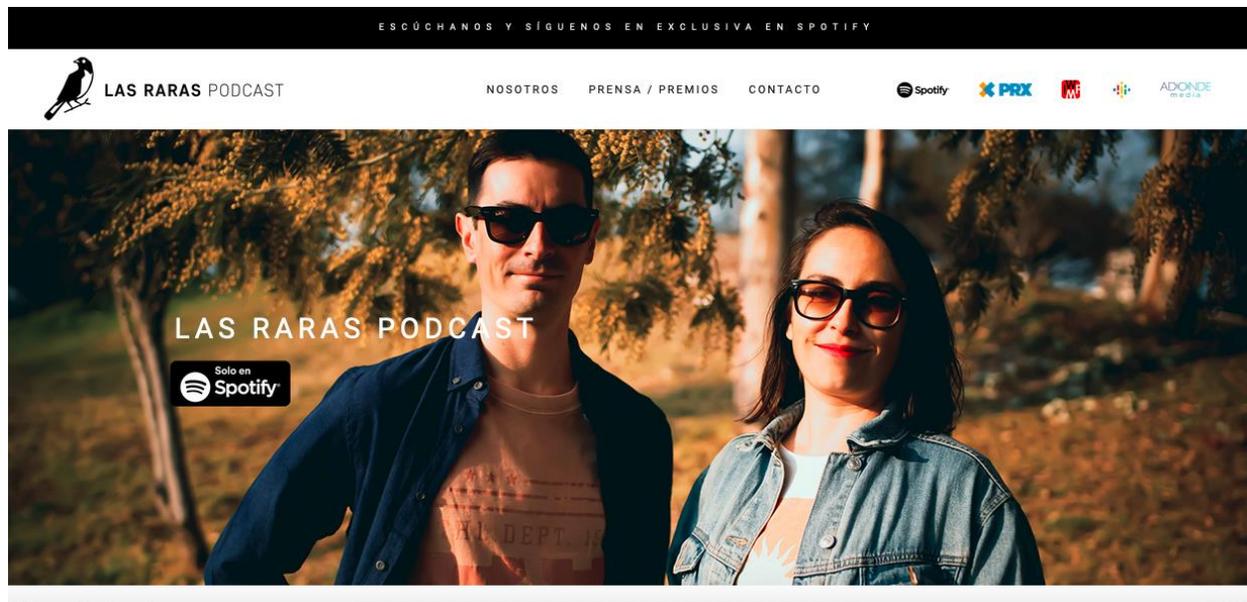


(Captura de pantalla de El Lado Bielsa en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

Con una duración promedio de 20 minutos, cada capítulo construye un relato mediante un fuerte uso de recursos sonoros, audio de archivo y descripción de escenas, todo bajo una estructura narrativa guionizada y de corte dramático.

Debido a lo anterior, este podcast implica un mayor trabajo de post-producción, con un exhaustivo proceso de montaje y edición de audio.

Las Raras Podcast



(Captura de pantalla del sitio web de Las Raras Podcast, recuperado en octubre de 2021)

Si bien sus temáticas no se acercan en lo absoluto al periodismo deportivo, sino que más bien tocan problemáticas socio-políticas, este podcast independiente es una de las mayores referencias en Chile en cuanto a la producción de crónicas y documentales sonoros.

En ese sentido, rescatamos el altísimo nivel de calidad sonora de Las Raras y el despliegue creativo a la hora de utilizar recursos narrativos, lo que da cuenta del uso de equipos de grabación profesionales y un acabado proceso de post-producción, aspectos que pueden ser replicados en cierta medida por Sexta Falta.

Este podcast cuenta con seis temporadas, cada una con capítulos de una duración promedio de 20 minutos.

Blue Wire - American Prodigy



(Captura de pantalla de American Prodigy en Spotify, recuperado en octubre de 2021)

American Prodigy es uno de los más de 170 podcasts⁵ de la cadena estadounidense de contenido digital sobre deportes Blue Wire. Se trata de series limitadas que dedican una temporada completa a relatar la historia de deportistas profesionales icónicos.

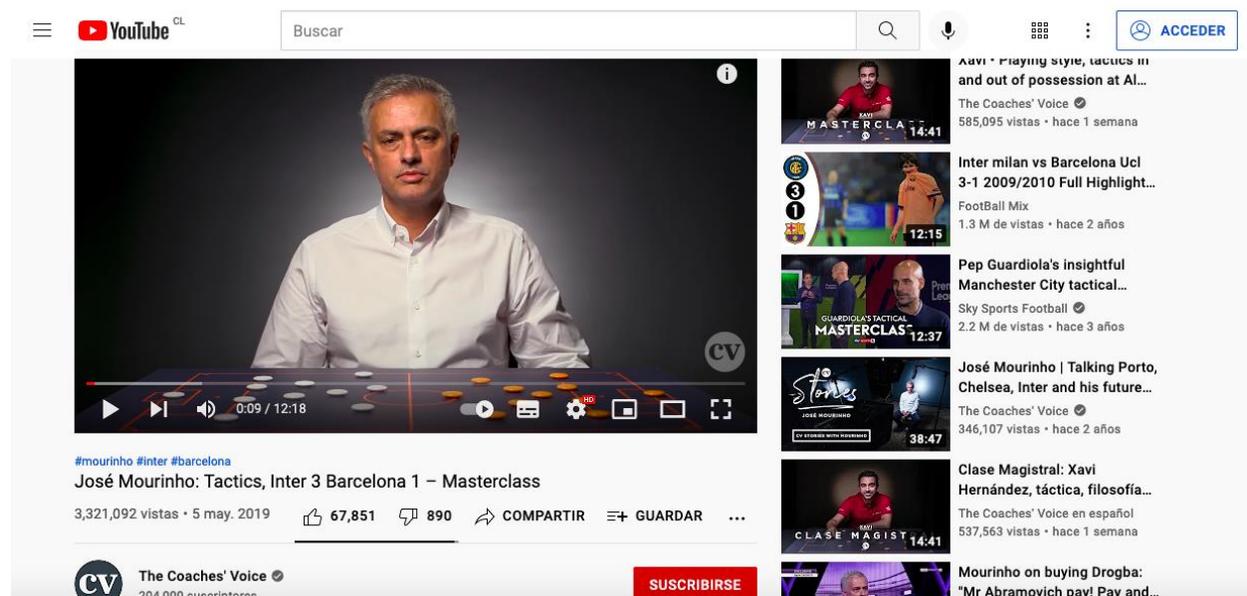
Hasta ahora cuenta con dos temporadas. La primera trató sobre el futbolista Freddy Adu y la segunda sobre el ex beisbolista Ken Griffey Jr. Estas son presentadas en un formato de crónica sonora y, al igual que en los dos ejemplos anteriores, utilizan una variedad de recursos narrativos y dramáticos.

⁵ <https://www.bluewirepods.com/about>

No obstante, sus capítulos tienen una duración promedio de entre 30 y 40 minutos, lo que puede resultar demasiado largo para escuchas que presentan una amplia variedad de texturas y matices y que requieren un alto nivel de atención de parte del auditor.

YouTube

The Coaches' Voice - Masterclass



YouTube interface showing a video player for "José Mourinho: Tactics, Inter 3 Barcelona 1 - Masterclass" by The Coaches' Voice. The video has 3,321,092 views and was uploaded on May 5, 2019. The player shows 0:09 / 12:18. To the right, there is a list of recommended videos, including "Xavi - Playing style, tactics in and out of possession at Al...", "Inter milan vs Barcelona Ucl 3-1 2009/2010 Full Highlight...", "Pep Guardiola's insightful Manchester City tactical...", "José Mourinho | Talking Porto, Chelsea, Inter and his future...", and "Clase Magistral: Xavi Hernández, táctica, filosofía...". The channel name "The Coaches' Voice" is visible in the top right corner of the player area.

(Captura de The Coaches' Voice en YouTube, recuperado en octubre de 2021)

Este canal se dedica a la producción de videos sobre análisis táctico de fútbol y cuenta con la participación de destacados entrenadores y jugadores de las ligas más competitivas del mundo.

Uno de los formatos de The Coaches' Voice, que también tiene un canal en español, es Master Class (Clase Magistral), donde un invitado se sienta frente a una cancha de fútbol en miniatura para desmenuzar distintos conceptos tácticos relacionados con su carrera o con fundamentos del juego en general. Estos videos tienen una duración que ronda entre los 5 y los 15 minutos

Master Class es una producción audiovisual rodada en locación, contando con un estudio, iluminación y equipos de video y audio profesional, lo que le brinda una atractiva y notoria estética, por lo que, más allá del contenido temático que desarrolla este canal, es un formato difícil de replicar dado el alto nivel de recursos económicos que requiere.

Espn + - Detail

The screenshot shows the YouTube interface for the 'Detail' channel. The main video is 'Kobe analyzes what LeBron James needs to do against Warriors in NBA Finals | 'Detail' Excerpt | ESPN', which has 1,222,973 views and was posted on May 31, 2018. The video player shows a basketball court with red spotlights. To the right, there is a list of recommended videos, including 'Kobe Bryant analyzes how Trae Young can read the gam...' (3:28), '(2010) Kobe Bryant breaks down film of signature move...' (3:54), 'Phil Jackson analyzes M.J highlights and the Bulls...' (4:10), 'A look at the Intensity of Kobe Bryant' (5:09), and 'Steve Kerr breaks down Bulls vs. Jazz in the 1998 NBA...' (4:10).

(Captura de pantalla de Detail en YouTube, rescatado en octubre de 2021)

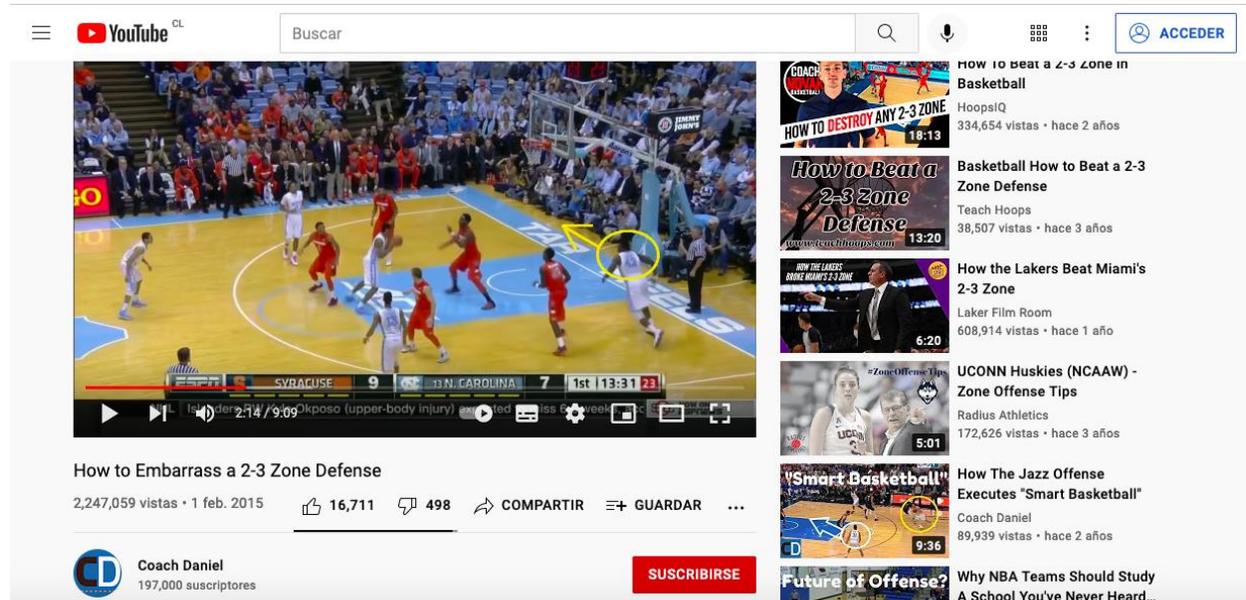
En este programa del servicio de suscripción de contenido digital de Espn, Espn+, destacados deportistas y entrenadores realizan profundos análisis de determinados partidos, jugadores o conceptos tácticos, tanto actuales como históricos.

Kobe Bryant, Peyton Manning, Pau Gasol y Phil Jackson son algunos de los presentadores con los que ha contado Detail, cuyos fragmentos están disponibles de manera gratuita en el canal de YouTube del medio.

Acá se trabaja un formato de voz en *off* sobre material audiovisual. A diferencia del ejemplo anterior, este programa se realiza fundamentalmente en la etapa de post-producción, con el montaje del comentario grabado por el invitado y los distintos clips de video a analizar, además de elaborados efectos para señalar y hacer énfasis en los puntos que el invitado señala durante el vídeo.

Este es un formato más alcanzable para Sexta Falta, sin embargo, los efectos aplicados en la edición de los videos son sofisticados y realizados por profesionales audiovisuales, por lo que solo podrían replicarse en una forma más rudimentaria.

Coach Daniel



(Captura de pantalla de Coach Daniel, recuperado en octubre de 2021)

Este canal independiente se dedicó entre el 2013 y el 2020 al análisis táctico de la NBA, contenido que se encuentra suspendido luego de que su creador aceptara un trabajo como analista de video en los Dallas Mavericks, uno de los equipos de esa liga profesional.

Estos videos tienen una duración promedio de 9 minutos y abordan principalmente la contingencia de la NBA, analizando partidos, equipos y jugadores. Ocasionalmente también se publican videos atemporales que tratan conceptos básicos o fundamentos del básquetbol.

Coach Daniel utiliza un formato de narración con voz en *off* sobre material audiovisual, pero, a diferencia del ejemplo anterior, los efectos utilizados en post-producción son relativamente básicos y más fáciles de crear utilizando un software de video.

BBALLBREAKDOWN

The screenshot shows a YouTube interface. The main video player displays a basketball game in progress. An orange arrow points to a player on the court. Below the video, the title 'James Harden Reminds The Warriors He's The Real MVP' is visible, along with view counts (3,052,262) and upload date (4 ene. 2019). The channel name 'BBALLBREAKDOWN' and subscriber count (823,000) are shown. To the right, a list of recommended videos includes 'James Harden's Best Plays Of The Decade', 'LeBron Vs Kyrie Gives Us The Craziest NBA Finish This Year', 'Kerr Gets Himself Ejected Once Trail Blazers Solve The...', 'Rockets Small Ball Unleashes Westbrook in OT Win vs...', and 'Mix: BBALLBREAKDOWN'.

(Captura de pantalla de BBALLBREAKDOWN en YouTube, recuperado en octubre de 2021)

Este es otro canal independiente que se dedica al análisis táctico sobre la actualidad de la NBA. En muchos aspectos es similar al ejemplo anterior, pero hay algunas diferencias de estilo que son relevantes de destacar.

En primer lugar, los videos de este canal tienen un mayor sentido dramático, puesto que tienen introducciones que generan suspenso en el auditor, lo que también se mezcla con el uso de música de fondo estridente.

Por otro lado, BBALBREAKDOWN tiene un punto de vista del autor mucho más marcado, donde cada análisis se elabora en torno a la perspectiva del creador del canal respecto del equipo y/o jugador abordado, a diferencia de Coach Daniel, que se orienta más a la descripción de hechos.

Emanuel Santoro Futsal



(Captura de pantalla de Emanuel Santoro Futsal en YouTube, recuperado en octubre de 2021)

A través de su canal de YouTube, el entrenador argentino de futsal y actual asistente del equipo español Córdoba, Emanuel Santoro, ha realizado una serie de videos analizando fundamentos tácticos y técnicos del deporte.

Estos tienen una duración de 4 minutos y siguen el mismo formato de narración en *off* sobre material audiovisual identificado en ejemplos anteriores, con una post-producción simple basada en el uso de efectos para señalar y resaltar aspectos del análisis.

Además de ser una referencia directa sobre realización de análisis táctico de futsal en YouTube, este canal destaca por el profundo nivel de conocimiento que tiene su creador, lo que le

otorga gran valor a su contenido y lo otorga un carácter educacional en cuanto a la necesidad comunicacional que busca satisfacer de su audiencia.

Planificación y producción del contenido

En vista de los datos extraídos a partir del análisis comparativo realizado en el *Benchmark*, y en función de los objetivos de este proyecto, las nuevas plataformas de Sexta Falta apuntarán a dos audiencias distintas.

Algunos contenidos apelarán directamente a la audiencia primaria, que es la comunidad agrupada en torno al fútbol chileno y los torneos oficiales de la ANFP, mientras que otros se inclinarán más por la audiencia secundaria conformada por los usuarios internacionales que ha cultivado el medio de comunicación durante su existencia.

Para el canal de YouTube se determinó seguir el modelo de análisis táctico utilizando un comentario con voz en *off* sobre material audiovisual de archivo, empleando efectos visuales para señalar, destacar o enfatizar ciertos puntos específicos del mismo.

Esta decisión respondió a que debido a las restricciones a la movilidad impuestas por la emergencia sanitaria de la pandemia, el rodaje en locación resultó imposible para, por ejemplo, replicar el modelo de Master Class de The Coaches' Voice.

Además, para lograr un producto del mismo estándar de calidad, este formato implicaba un mayor esfuerzo de producción y costos imposibles de sostener para este medio, como, por

ejemplo, múltiples cámaras de video para grabar desde distintos ángulos, equipos de sonido profesionales, iluminación y el uso de un estudio.

Por lo tanto, se definió elaborar videos de una duración promedio de 5 minutos, recopilando material audiovisual de archivo disponible en internet y grabando las voces en *off* utilizando una grabadora de audio Tascam DR-40X.

El material será procesado, montado y editado utilizando el *software* Adobe Premiere, mientras que las gráficas y títulos se generarán con Canva. Una vez finalizado, cada contenido será subido directamente al canal de YouTube de Sexta Falta.

Por su parte, el canal de podcast tendrá a su vez dos formatos distintos a desarrollar. Uno de ellos serán las crónicas sonoras, que por tratarse de un género no tan habitual y ajeno para algunos auditores, son de carácter más experimental, pero al mismo tiempo se apegan con mayor fidelidad al podcast como formato en sí mismo y las posibilidades creativas que este entrega.

El otro formato seguirá el modelo de radio digital utilizado por la mayoría de los canales de podcast. En este caso se harán entrevistas o conversaciones extensas, las que, a diferencia del formato anterior, requerirán un menor trabajo de post-producción y se acercarán más al contenido tradicionalmente disponible en las plataformas de este tipo.

Por lo expuesto anteriormente, las crónicas sonoras tendrán una duración menor a los contenidos en formato radio digital. Las primeras se extenderán entre 15 y 30 minutos, mientras que los segundos rondarán entre los 60 y 90 minutos.

Todos los capítulos tendrán la misma introducción, utilizando la canción Pasillos de la banda argentina Miniaturas, que permitió el uso de su música. En el caso del formato entrevista, se aplicará el uso de introducción ex-post resumiendo los temas principales abordados en el capítulo e incentivando su escucha.

Se utilizará una grabadora de audio Tascam DR-40X para grabar las voces en *off* del narrador. Todo el material de audio disponible, tanto entrevistas, música o, en el caso de las crónicas, efectos de sonido, será procesado, montado y editado utilizando el *software* Adobe Audition.

Una vez terminado, cada capítulo del canal de podcast deberá ser alojado en un servidor de audio. Para esto utilizaremos el *hosting* propio de Spotify, Anchor, que además ofrece la posibilidad de distribuir el contenido automáticamente por la mayoría de las plataformas de podcast disponibles.

A continuación se expondrá en detalle el proceso de producción de cada contenido elaborado para las nuevas plataformas del medio.

Sexta Falta Podcast⁶

Los favoritos del Mundial de Futsal Lituania 2021⁷

Aprovechando la coyuntura periodística de la Copa Mundial de Futsal de Lituania disputada entre septiembre y octubre de este año, el primer capítulo de Sexta Falta fue una crónica sonora presentando a los equipos favoritos para quedarse con el campeonato en la previa al inicio del torneo.

Esta contó con dos fuentes: el veterano periodista de futsal del diario español Marca, Oscar García, y el entrenador argentino Emanuel Santoro, actual asistente técnico del club Córdoba de la Liga Nacional de Fútbol Sala.

La crónica fue construida con una voz en *off* previamente guionizada como hilo conductor del relato y se utilizó un montaje que la alternó con efectos de sonido ambiente y cuñas de las entrevistas a las fuentes.

Se seleccionaron cinco equipos candidatos: Brasil, España, Argentina, Rusia y Portugal. El análisis de cada uno se centró en su rendimiento en la edición anterior del Mundial, su estilo de juego, su conformación del plantel y sus fortalezas y debilidades.

Cada favorito fue presentado de manera lineal, precedido por un efecto de sonido que evocara a la selección aludida. En este caso, se hizo a través del relato de un gol de cada una de ellas, en el idioma nativo del país respectivo. También se decidió utilizar un colchón musical para darle ritmo y más texturas sonoras al capítulo.

⁶ <https://open.spotify.com/show/3eNlkiJaoTlirx2tN17yMj>

⁷ <https://open.spotify.com/episode/4q7m2RNUieudE0ly5D8Qik?si=0f4a041f5353462f>

[El Mundial de Lituania, el estado actual del futsal y el rol del entrenador con Miki García](#)⁸

Continuando con la cobertura de la Copa Mundial de Futsal, en este capítulo se entrevistó al destacado entrenador español Eduardo “Miki” García, con una larga trayectoria dirigiendo en España, Italia y Qatar, habiendo conquistado dos Copas de España y un subcampeonato de la Liga Nacional de Fútbol Sala.

Junto a él se comentó la contingencia del máximo torneo de selecciones del deporte, que en ese momento se encontraba en la fase de cuartos de final. Se hizo especial énfasis en los equipos sudamericanos y en las llaves de eliminación directa de la ronda de los ocho mejores.

También se tocaron otros temas como las tendencias de juego del futsal contemporáneo, el estado actual del deporte y la transformación de la figura del entrenador, conversación que derivó en interesantes reflexiones del entrevistado

Debido a su formato, este capítulo representó un menor trabajo de post-producción en comparación al capítulo anterior, puesto que no se utilizaron efectos de sonido ni música de fondo. Su duración fue de 66 minutos.

[El camino de Argentina a su primera Copa Mundial](#)⁹

En este capítulo se elaboró una crónica sonora sobre la historia del desarrollo del futsal en Argentina y la coronación de este proceso con la primera Copa Mundial obtenida por su Selección Nacional el 2016.

Esta crónica tuvo una duración de 25 minutos y contó con dos fuentes: Vicente De Luise, actual entrenador de la Selección Chilena y uno de los pioneros del futsal en Argentina, siendo el

⁸ <https://open.spotify.com/episode/2VeKZnkh7mSGy2somSdqXo?si=6bdf6b80925e4246>

⁹ <https://open.spotify.com/episode/38va9YjpvDH52ibRcvOkX6?si=59bc00b15ba0486f>

director técnico del primer equipo trasandino que participó de un Mundial FIFA; y César González, entrenador en la liga argentina y jugador de la Primera División durante los '90.

Para esta historia se utilizó el recurso narrativo racconto, partiendo con la escena de la final del Mundial de Colombia 2016, para luego retroceder hasta los inicios del fútbol argentino en los años '30 y recorrer todo su desarrollo hasta la actualidad, pasando desde el amateurismo inicial hasta el actual estado de profesionalismo precarizado.

Si bien es de carácter atemporal, este contenido aprovechó la coyuntura fútbol y se estrenó días antes del partido de semifinales del Mundial de Lituania que Argentina disputaría contra Brasil.

Este capítulo implicó un arduo trabajo de producción, puesto que se debió seleccionar una gran cantidad de material de archivo para su uso como efectos de sonido, se requirió tomar una serie de decisiones creativas a la hora de elaborar el guión y utilizar recursos narrativos y se hizo un minucioso proceso de montaje y edición.

[Bilan De La Paz y su salto al fútbol argentino](#)¹⁰

En este capítulo se volvió a utilizar el formato de entrevista para conversar con Bilan De La Paz, destacado futbolista chileno que actualmente juega en el equipo argentino Newell's Old Boys, siendo parte de un selecto grupo de jugadores nacionales en ligas extranjeras.

Junto a él repasamos toda su carrera en el fútbol, desde sus inicios a nivel amateur en Chile, su participación en los torneos ANFP, su primera experiencia en Copa Libertadores, sus aspiraciones con la Selección Chilena y su paso a Argentina, donde fue parte del histórico regreso de Newell's a Primera División y donde se ha consolidado como pieza importante del equipo.

¹⁰ <https://open.spotify.com/episode/7AYR0lh3xLUfxequM9DUwm?si=6c0e65853b33478c>

El capítulo tuvo una duración de 72 minutos y debido a su formato no requirió mayor trabajo de post-producción.

[Repaso del Mundial de Lituania junto a Pasión por el Fútbol](#)¹¹

En este capítulo, siguiendo el formato de entrevista/conversación extendida, se conformó un panel integrado por dos periodistas de Sexta Falta y dos de Pasión por el Fútbol, plataforma local que se dedica a la transmisión de partidos de torneos ANFP y que viajó a Lituania para cubrir la última Copa Mundial de la FIFA.

Esto surgió a raíz de una iniciativa de colaboración entre ambos medios. Sexta Falta solicitó acceder al material de los partidos transmitidos por Pasión por el Fútbol, mientras que estos pidieron participar de la plataforma de podcast para contar su experiencia en Lituania.

Para esta edición se realizó por primera vez un rodaje en locación, donde uno de los miembros de Sexta Falta facilitó su domicilio para poder utilizarlo como estudio y reunirse a grabar de manera presencial la conversación.

En términos de pre-producción, esto no implicó mayor coordinación logística, pero sí requirió disponer de un micrófono de condensador para contar con un dispositivo extra de grabación que captara las cuatro fuentes de sonido.

Al mismo tiempo, la grabación presencial permitió una fluidez y naturalidad durante la interacción de cada panelista difícil de alcanzar mediante entrevistas realizadas por vía telemática.

En cuanto al contenido, se abordaron temas como las características de Lituania como país, la poca cultura de fútbol de la nación y las dificultades que eso conllevó para los organizadores, además de analizar todo el desarrollo del torneo y proyectar su siguiente edición.

¹¹ <https://open.spotify.com/episode/404kMAyO8qPeuV9yN21nDC?si=f1963a664cc74291>

Canal de Youtube de Sexta Falta¹²

Dentro de los principales objetivos de Sexta Falta se encuentra la gestación de contenido capaz de informar, educar y potenciar a las audiencias del futsal. En ese contexto, se presentaron oportunidades circunstanciales de profundizar en conocimientos tácticos y, al mismo tiempo, hacer confluir tanto a la audiencia primaria como a la secundaria del medio.

Así, se utilizó como “gancho” la realización de torneos sudamericanos y amistosos internacionales para arrancar el desarrollo del canal de YouTube con la elaboración de análisis tácticos de equipos internacionales que, debido a la coyuntura, se cruzaban con combinados nacionales.

Específicamente se analizó a uno de los rivales de la Universidad de Chile en la Copa Libertadores, el Club Nacional de Football de Uruguay, y a las selecciones nacionales de Tailandia y Marruecos, rivales de “La Roja” durante su gira internacional visitando a ambos países como parte de la preparación de estos para el Mundial de Lituania 2021.

Para cada video se definió una estructura sobre la cual se realizará cada análisis, la que consiste de seis ejes: ataque, defensa, transiciones ofensivas, transiciones defensivas, táctica fija y hombre clave.

Esto permitirá dilucidar la identidad de cada equipo estudiado en pos de generar un contenido de valor, pero al mismo tiempo buscará familiarizar a las audiencias de Sexta Falta con la nomenclatura y los conceptos básicos de este deporte.

¹² <https://www.youtube.com/c/SextaFalta>

Análisis Táctico Nacional de Uruguay Futsal¹³

Como último campeón del torneo chileno, la Universidad de Chile fue el representante del país en la Copa Libertadores de Futsal 2021, disputada desde el 16 al 22 de mayo en Uruguay.

Tras el sorteo realizado previo a la competición, el cuadro de Santiago quedó emparejado con Cerro Porteño de Paraguay, Alianza Platanera de Colombia y Club Nacional de Football de Uruguay.

Al conocerse los rivales de los chilenos, se inició el proceso de búsqueda de material audiovisual para poder realizar los correspondientes análisis de cada uno.

Sin embargo, la inexistencia de registros actuales de Cerro Porteño (el último material registrado fue el 2019, con otro entrenador y otro proyecto deportivo) y Alianza Platanera (los colombianos enfrentaron un problema institucional grave por lo que se presentaron en la Copa Libertadores con jugadores sub 23, de los cuales no había registro anterior) sólo dejó como opción viable de producción a Nacional de Uruguay.

Una vez conocidas estas dificultades, se realizó un proceso de recopilación de material audiovisual, el que fue estudiado y procesado, tras lo cual se lograron identificar las principales ideas de juego.

Para el análisis se trabajaron tres ejes para guiar a la audiencia: el lenguaje específico, la ejemplificación mediante imágenes y el enfoque a partir del equipo chileno.

En el primer punto se trabajó primordialmente sobre la base de que en Chile no existe un lugar con un “glosario” sobre conceptos técnico-tácticos del deporte. De ahí la importancia de convertir a Sexta Falta en el centro de información y educación de los contenidos relacionados al futsal nacional e internacional.

¹³ https://www.youtube.com/watch?v=OKneGm_wCjQ

Por ende, se priorizó el uso de conceptos propios del fútbol, los que fueron ilustrados con las imágenes mostradas en el video y aterrizados a partir de sus implicancias para la Universidad de Chile en su partido contra Nacional.

Análisis Táctico Selección de Marruecos Fútbol¹⁴

Pasada la Copa Libertadores en mayo, los torneos nacionales y los partidos de la Selección Chilena no se reanudaron, por lo que las instancias de análisis debieron esperar hasta el segundo semestre del 2021.

La Roja del fútbol consiguió ser el *sparring* de dos equipos que participarían en el Mundial de Lituania 2021 disputado entre septiembre y octubre: Tailandia y Marruecos.

De esta manera, el combinado realizó una gira internacional para jugar partidos amistosos contra estas selecciones, lo que permitió reactivar el canal de YouTube mediante un análisis del equipo marroquí.

Utilizando la pauta del primer video de análisis táctica, los principales puntos abordados fueron la identidad de juego de Marruecos y sus principales fortalezas y debilidades, todo ejemplificado mediante el uso de conceptos específicos del lenguaje del fútbol y como un insumo de cara al partido contra la Selección Chilena.

Análisis Táctico Selección de Tailandia¹⁵

En el contexto de la gira internacional de partidos amistosos de la Selección Chilena, Tailandia fue el tercer elegido como objeto de análisis del canal de YouTube luego de que el país

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=FCxMLwY658w>

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=DDAg1rbhpiU>

asiático invitara a la La Roja a participar de un cuadrangular de preparación para el Mundial de Lituania.

Para este video en particular, se observó un estilo de juego en donde las transiciones ofensivas y defensivas no tenían mayor preponderancia, por lo que ambos ejes de análisis decidieron omitirse.

Asimismo, se identificó una ausencia de individualidades preponderante dentro del equipo tailandés, por lo que el eje de Hombre Clave fue reemplazado por Jugadores Clave, destacando la fortaleza colectiva de esta selección.

Difusión en redes sociales

Cada contenido publicado en el canal de podcast y YouTube de Sexta Falta fue difundido a través de las redes sociales del medio. De esta manera, cada de uno de ellos fue presentado mediante *posts* y *stories* de Instagram y publicaciones en Facebook.

En el caso de Instagram, el uso de hashtags fue parte importante de la estrategia de difusión, así como también el uso de etiquetas de las instituciones o fuentes involucradas en cada contenido, lo que permitió una mayor penetración en los usuarios.

Por su parte, Facebook presentaba la oportunidad de compartir cada publicación directamente en grupos creados para la difusión de contenido relacionado al futsal, maximizando el alcance con la audiencia secundaria, puesto que gran parte de esas comunidades son de países hispanoparlantes.

En general se obtuvo un *feedback* positivo de los usuarios frente a las nuevas plataformas digitales de Sexta Falta, con comentarios valorando el contenido recibidos en Instagram, Facebook y YouTube, algunos provenientes de jugadores y entrenadores de la comunidad del futsal chileno.

En ese sentido, es necesario destacar la retroalimentación del capítulo de podcast El camino de Argentina a su primera Copa Mundial, cuyo post de Instagram tuvo *likes* de tres seleccionados nacionales de ese país que en ese momento disputaban el Mundial de Lituania (Alan Brandi, Ángel Claudino y Santiago Basile) y que fue también compartido en Facebook por el entrenador argentino Vicente De Luise, recibiendo a su vez un comentario de Diego Giustozzi, director técnico del plantel argentino que conquistó el campeonato del mundo el 2016.

Vicente Claudio De Luise
25 de septiembre · 🌐

Gran trabajo de Sexta Falta contando el camino del futsal argentino hasta su consagración en Cali (Colombia) 2016 con la participación de [Cesar Gonzalez](#) , [Diego Giustozzi](#) y mía.-
<https://open.spotify.com/episode/38va9YjpvDH52ibRcvOkX6...>

SEXTA FALTA PODCAST
El camino de Argentina a su primera Copa Mundial
Listen to this episode from Sexta Falta Podcast on Spotify. En este capítulo de Sext...

👍❤️ 25 1 comentario

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Diego Giustozzi
🏆🏆🏆🇦🇷🏆🏆🏆👍 2
Me gusta · Responder · 4 sem

Escribe un comentario...

(Captura de pantalla de Facebook, recuperado en octubre de 2021)

En relación al tráfico obtenido en redes sociales durante la difusión de las plataformas de podcast y YouTube, observamos que este fue menor en comparación al contenido habitual. Esto indica que la cobertura de los torneos de fútbol en Chile sigue teniendo mayor penetración en los usuarios de Sexta Falta y que, por ende, los nuevos canales multimedia representan una alternativa novedosa con la que no están necesariamente familiarizados.

Integración de nuevas plataformas al sitio web

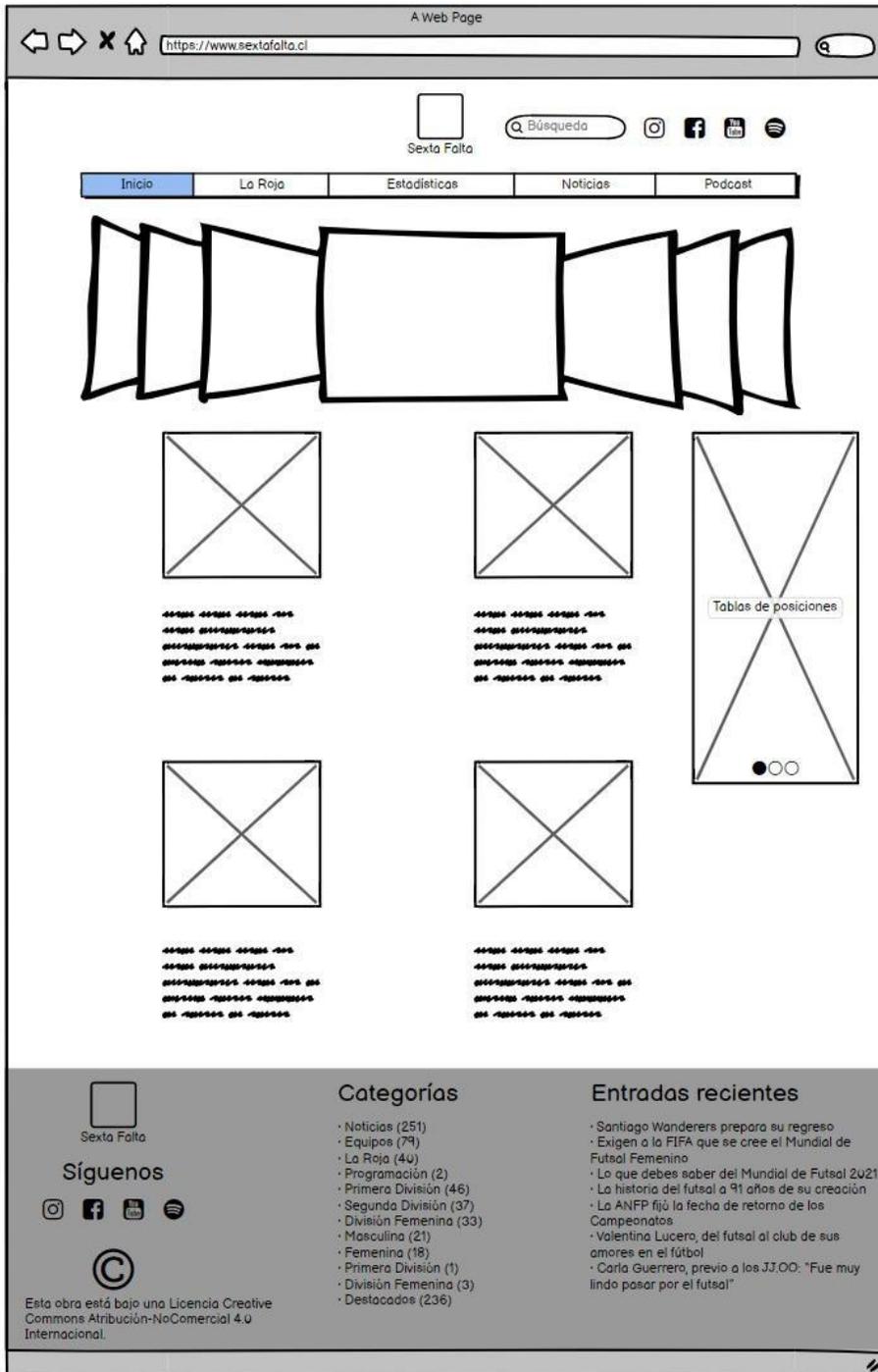
Como parte del proceso de desarrollo de las nuevas plataformas digitales de Sexta Falta, el medio decidió hacer un rediseño de su sitio web para integrarlas de manera orgánica y entregarles mayor preponderancia y visibilidad.

Para esto se contrataron los servicios del estudio digital Ajolote¹⁶, empresa dedicada a la asesoría comunicacional, el desarrollo de plataformas web, la gestión de redes sociales y la realización de proyectos audiovisuales y contenidos fotográficos.

Esto significó una inversión de \$350.000, lo que incluyó el rediseño personalizado de un sitio web autoadministrable con una página de inicio, cuatro secciones, formulario de contacto y adaptación a versión móvil.

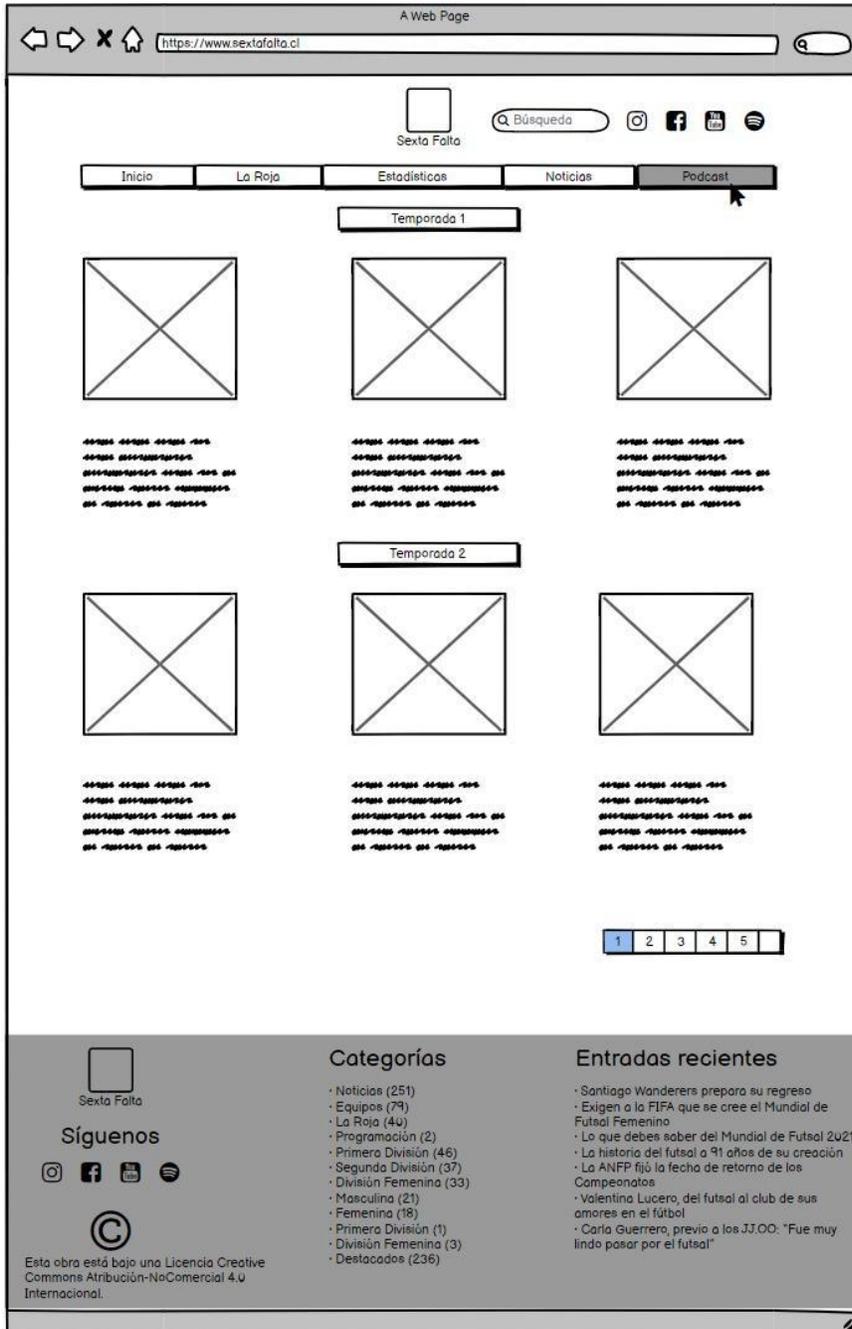
Además de optimizar su funcionamiento, el principal cambio hecho en el sitio web fue la creación de una página dedicada exclusivamente al canal de podcast de Sexta Falta y la mejora de los íconos de redes sociales, donde se incluyó el canal de YouTube del medio.

¹⁶ <https://www.ajolote.cl/>



(Wireframe del nuevo diseño de sextafalta.cl)

Dentro de la nueva sección de podcast, se crearán entradas exclusivas para cada capítulo, donde se podrá acceder de manera directa al contenido y tener a disposición contenido adicional como guiones y reseñas.



(Wireframe del nuevo diseño de sextafalta.cl)

CONCLUSIONES

Con la creación de los canales de podcast y YouTube de Sexta Falta, el medio logró expandirse a nuevas plataformas digitales y dio un importante paso hacia su consolidación como una alternativa de contenido multimedia de valor para sus audiencias.

La publicación de la primera temporada de Sexta Falta Podcast, que aún sigue en marcha, y el estreno de los primeros videos de análisis del canal de YouTube de Sexta Falta permitieron cumplir a cabalidad el objetivo general y la mayoría de los objetivos específicos de este proyecto.

En esa misma línea, se debe también señalar el rediseño hecho en el sitio web del medio para incorporar estas nuevas plataformas de manera más orgánica y entregándoles un rol más preponderante dentro del mismo.

Si bien las expectativas iniciales de este proyecto vislumbraban un mayor volumen de contenido disponible y privilegiar la incursión en formatos de rodaje presencial con un mayor despliegue de producción, las condiciones extraordinarias de la pandemia y la suspensión de la actividad del fútbol en Chile generaron obstáculos insoslayables.

En ese sentido, cabe destacar la capacidad de adaptación que permitió ajustar la planificación inicial de acuerdo a las circunstancias y mantener un plan de desarrollo de contenido acorde a los objetivos y estándares de calidad planteados desde un comienzo.

En cuanto a los objetivos de aumentar la penetración y el alcance en los usuarios de Sexta Falta, que conforman la audiencia primaria del medio, y continuar impulsando la creación de nuevos usuarios hispanoparlantes, en los que radica su audiencia secundaria, tanto el canal de podcast como de YouTube presentaron contenido pensado específicamente para cada uno de ellos.

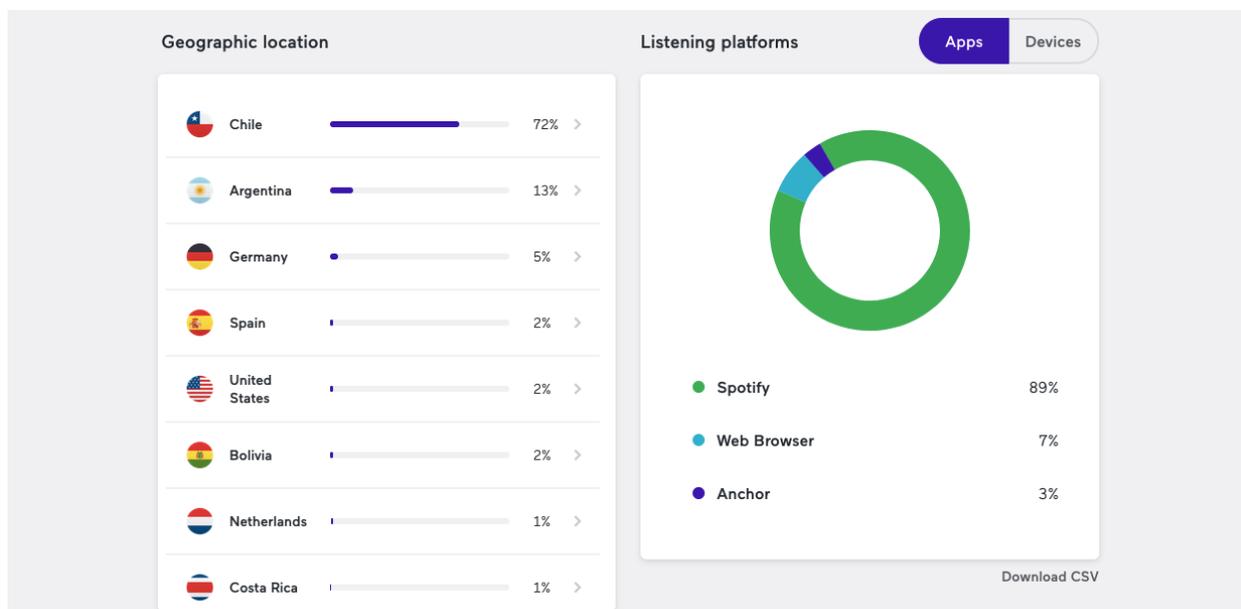
Capítulos del podcast como la entrevista con el jugador chileno Bilan De La Paz o el repaso del Mundial de Lituania junto al medio local Pasión por el Fútbol, y en el caso de YouTube el análisis táctico del rival de la Universidad de Chile en la Copa Libertadores, fueron destinados principalmente para la audiencia primaria.

Y si bien el número de reproducciones de estos contenidos y las interacciones obtenidas en su difusión en redes sociales fue menor al promedio del contenido habitual dedicado a la cobertura del fútbol chileno, el *feedback* de los usuarios fue positivo, valorando la producción de estos.

Esto da cuenta, por un lado, de que estas nuevas plataformas siguen siendo algo ajenas para los usuarios de Sexta Falta, pero también de que estos están abiertos a consumir contenido multimedia distinto al que el medio genera habitualmente.

Por su parte, capítulos del podcast como la crónica sonora sobre la historia del fútbol en Argentina o la entrevista con el entrenador español Miki García, y los análisis tácticos de YouTube sobre las selecciones de Marruecos y Tailandia, tuvieron una clara inclinación hacia la audiencia secundaria de Sexta Falta.

Por razones obvias, estos tuvieron un menor volumen de reproducciones y visualizaciones que los contenidos destinados a la audiencia primaria, pero sí permitieron alcanzar nuevos usuarios en países hispanoparlantes.



(Distribución geográfica de la audiencia de Sexta Falta Podcast. Fuente: Anchor)

En este contexto, el video Análisis Táctico Selección de Marruecos Futsal vio disparadas sus reproducciones en comparación a sus símiles del canal de YouTube e incluso en relación al tráfico habitual de Sexta Falta en general, alcanzando más de 13 mil visualizaciones y atrayendo un importante flujo de usuarios marroquíes.

Esto se explica debido al uso de hashtags en su difusión por redes sociales y a lo favorable de la coyuntura periodística que significó la preparación de Marruecos para su participación en el Mundial de Futsal Lituania 2021.

Por este motivo, parte importante de los usuarios alcanzados por el canal de YouTube de Sexta Falta provinieron de dicho país, una distorsión que se explica por lo descrito anteriormente, pero que a su vez demuestra el potencial de tráfico para contenido de este tipo.

Vídeo	Fuente de tráfico	Área geográfica	Edad del espectador	Sexo del espectador	Fecha	Estado de suscripción	Más ▾
		<input type="checkbox"/> Total <input type="checkbox"/> Marruecos <input type="checkbox"/> España <input type="checkbox"/> Francia <input type="checkbox"/> Chile <input type="checkbox"/> Italia <input type="checkbox"/> Tailandia <input type="checkbox"/> Bélgica <input type="checkbox"/> Alemania <input type="checkbox"/> Venezuela <input type="checkbox"/> Estados Unidos <input type="checkbox"/> Canadá <input type="checkbox"/> Colombia <input type="checkbox"/> Uruguay <input type="checkbox"/> Argentina <input type="checkbox"/> Brasil	Visualizaciones ↓ 13.891 8.197 59,0 % 1.505 10,8 % 551 4,0 % 425 3,1 % 134 1,0 % 49 0,4 % 47 0,3 % 47 0,3 % 30 0,2 % 25 0,2 % 12 0,1 % 12 0,1 % 12 0,1 % 10 0,1 % 10 0,1 %	Tiempo de visualización (horas) 463,1 277,6 60,0 % 53,4 11,5 % 20,5 4,4 % 13,5 2,9 % 4,8 1,0 % 1,0 0,2 % 1,7 0,4 % 1,9 0,4 % 1,7 0,4 % 1,1 0,2 % 0,7 0,2 % 0,5 0,1 % 0,5 0,1 % 0,4 0,1 % 0,3 0,1 %	Duración media de las visualizaciones 2:00 2:01 2:07 2:13 1:54 2:09 1:15 2:08 2:25 3:22 2:42 3:44 2:21 2:17 2:23 1:48		

(Distribución geográfica del canal de YouTube de Sexta Falta. Fuente: YouTube)

Con todo, la creación y desarrollo de estas nuevas plataformas digitales ha satisfecho los objetivos de este proyecto y ha demostrado un valioso potencial para continuar aumentando la penetración y el alcance de Sexta Falta en sus usuarios y permitirle continuar en su trayectoria hacia la consolidación como un medio de comunicación sostenible.

Asimismo, también ha sentado el camino para la expansión a nuevos canales multimedia como Twitch y formatos audiovisuales cada vez más profesionalizados, los que, una vez que existan las condiciones necesarias para ejecutarlos, serán desarrollados a partir de la experiencia brindada por este proyecto.

A medida que el fútbol crece en Chile y el mundo, las perspectivas de desarrollo de su industria se vuelven cada vez más atractivas. En el intertanto, Sexta Falta buscará asentarse con cada vez más fuerza como el principal referente de periodismo de calidad en torno a este deporte en Chile.

En ese sentido, entender la importancia del contenido multimedia dentro de esta era digital resulta fundamental para las que tenga el medio posibilidades de capitalizar las

oportunidades que se le presenten en el futuro. Con este proyecto, se ha dado un paso importante hacia allá.

ANEXOS

Guion Los favoritos del Mundial de Lituania

-INTRO-

-MÚSICA DE FONDO-

-LOC- Bienvenidos y bienvenidas al podcast de Sexta Faltá, el medio del futsal chileno. Estrenamos este espacio con muchas ganas de poder seguir conectándonos con todos y todas a través de distintas plataformas y poder seguir entregándoles contenido de calidad sobre el fútbol sala nacional, pero también todo lo que acontece a nivel mundial en este deporte.

-LOC- Nos preparamos para lo que será la novena edición de la Copa Mundial de Futsal de la Fifa, la competición que reúne a los mayores exponentes del futsal en el mundo, que comenzó en Holanda en 1989 y que este año se celebrará en Lituania a partir del próximo domingo 12 de septiembre. Como ya sabemos, originalmente el torneo debía jugarse el año pasado, pero debió ser pospuesta por la pandemia del Covid-19.

-LOC- Son 24 las selecciones que disputarán este torneo, y en el capítulo de hoy revisaremos quiénes son los favoritos para quedarse con el campeonato del mundo. Para esto conversamos con Oscar García, periodista con un largo recorrido cubriendo futsal para el diario Marca de España, y con Emanuel Santoro, entrenador argentino que actualmente se desempeña como asistente técnico en el Club Córdova de la primera división de la Liga Nacional de Fútbol Sala.

-LOC- Hablamos sobre los equipos más fuertes del torneo, cuáles son sus fortalezas, sus debilidades y cómo llegan a este Mundial Lituania 2020.

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- No podemos sino partir hablando de Brasil. La verdeamarela es la mayor potencia del futsal a nivel mundial; campeona de cinco de los 8 mundiales disputados a la fecha; tricampeona en Holanda '89, Hong Kong '92 y España '96; y luego bicampeona en Brasil 2008 y Tailandia 2012.

-LOC- Pese su glorioso historial, los brasileños vienen de una decepción en el último mundial de Colombia 2016, donde quedaron eliminados en octavos de final ante Irán, perdiendo 3-2 en la tanda de penales luego de un empate a 4 en tiempo regular, lo que significó que por primera vez Brasil no terminó entre los tres mejores del torneo.

-LOC- Oscar García cree que esto servirá como una motivación extra para el equipo, que llega a Lituania con Marquinos Xavier debutando en el banquillo y uno de los planteles más poderosos del mundo.

-CUNA MOTIVACIÓN Y COLUMNA VERTEBRAL-

-LOC- Dentro de esta columna vertebral destacan tres nombres: el portero Guitta, el cierre Rodrigo y el pívot Ferrao.

-CUNA DESCRIPCIÓN COLUMNA-

Emanuel Santoro concuerda en el poderío que tienen los brasileños, pero también destaca la interesante mixtura de jugadores de la liga local y de la liga española que presentarán los pentacampeones en Lituania 2021.

-CUNA FAVORITISMO Y NOMBRES-

-LOC- Brasil arranca su participación en el Grupo D contra Vietnam, luego enfrentará a República Checa y concluirá la primera fase ante Panamá.

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- España no solo es otro de los favoritos para esta Copa del Mundo, sino que también es la segunda selección con mayor cantidad de títulos. Fue campeona consecutiva en Guatemala 2000 y China Taipei 2004 y también subcampeona el '96, el 2008 y el 2012, todas finales perdidas contra Brasil.

-LOC- A Lituania llegan tras un rendimiento perfecto en la Clasificatoria de la UEFA, con tres victorias en la Ronda Principal y tres en la Ronda Elite. Al igual que Brasil, España defraudó en el último mundial al ser goleada 6-2 por Rusia en cuartos de final. Según Óscar García, esto la hace llegar mejor preparada a Lituania.

-CUNA MAL MUNDIAL Y PREPARACIÓN-

-LOC- Es importante destacar que los españoles se encuentran en medio de un proceso de renovación de su plantel. Tal y como lo describe Emanuel Santoro, en Lituania España apostará por una mezcla de jugadores históricos con la nueva camada de recambio.

-CUNA RENOVACIÓN PLANTEL-

-LOC- Por su parte, Oscar García confía en que el juego de 4-0, el desequilibrio individual del ala-pívot Raúl Gómez y las variantes en la portería pueden darle a España una fuerte posibilidad de campeónar.

-CUNA ESTILO DE JUEGO-

-LOC- España debutará contra Paraguay, luego enfrentará a Japón y cerrará el Grupo E ante Angola.

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- La vigente campeona del mundo Argentina empieza su camino hacia revalidar su corona en el Grupo F. Su debut es contra Estados Unidos, para luego medirse ante Serbia e Irán.

-LOC- La albiceleste ganó su primer campeonato mundial en Colombia 2016 y viene con la confianza de la contundente victoria 3-1 frente a Brasil en la final de las Eliminatorias Sudamericanas de febrero del año pasado.

-LOC- Según Emanuel Santoro, a la base de ese equipo campeón se han sumado nuevos jugadores que pueden fortalecer aún más a su selección.

-CUNA-

-LOC- Más que las individualidades, Oscar García identifica la fortaleza colectiva como la principal arma de Argentina.

-CUNA NO GRANDES ESTRELLAS-

-LOC- Eso sí, una de las preocupaciones de los argentinos, dice Emanuel Santoro, serán las lesiones que han sufrido en la previa al mundial y cómo eso podría resentir el máximo potencial que puede alcanzar el equipo.

-CUNA LESIONES-

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- Rusia compitió por el campeonato del mundo en Colombia y le dio un duro reto a Argentina en la final, cayendo en un emocionante 5-4. Con ese precedente, llegan a esta edición como una de las selecciones más fuertes que pelearán por el título.

-LOC- Los rusos, que participan bajo el nombre de Federación Rusa de Fútbol debido a la sanción impuesta por el Tribunal de Arbitraje Deportivo tras el escándalo de dopaje develado el 2015, tuvieron una pelea clasificatoria europea, empatando en puntos con Croacia en la Ronda

Principal y la Ronda Élite. En esta última, logró derrotar a los croatas en su partido directo del grupo, lo que le permitió clasificarse de forma directa a Lituania.

-LOC- El fixture de Rusia en el Grupo B comprende partidos contra Egipto, Uzbekistán y Guatemala. Para Emanuel Santoro esta selección posee jugadores de alto nivel, fruto de la competitividad de su liga local, lo que, complementados con los brasileños nacionalizados del equipo, permite tener un plantel amplio y cuartetos competitivos en cada momento del partido.

-CUNA-

-LOC- Sin embargo, esa mezcla de estilos puede ser un arma de doble filo para los rusos. Oscar García cree que el técnico Sergei Skorovich, que en su proceso de más de 10 años al mando de la selección se ha caracterizado por incorporar a brasileños nacionalizados, debió haberse decantado por una prevalencia de jugadores rusos y una identidad clara de juego.

-CUNA-

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- Finalmente, Portugal también se presenta a esta Copa Mundial con la aspiración de lograr el título. Los lusos son los vigentes campeones europeos, título que consiguieron derrotando a España en la final de la Eurocopa de Eslovenia 2018.

-LOC- En el mundial de Colombia terminaron cuartos tras perder 5-2 frente a Argentina en semis y 4-3 en penales frente a Irán en el partido por el tercer lugar, tras un empate a 2 en tiempo regular.

-LOC- La principal figura portuguesa, Ricardinho, confirmó que este será su último mundial y buscará despedirse de su selección con la primera estrella para su país. Este histórico del futsal sigue siendo el pilar de su equipo, pese a que llega a Lituania con 36 años y superando una operación por una rotura de tendón de tendón largo en su pierna derecha en marzo de este año.

-LOC- Así y todo, Oscar García aún cree que Ricardinho es fundamental para el éxito de Portugal. El portero Edu Sousa también brinda una seguridad que puede ser clave para los lusos.

-CUNA-

-LOC- Eso sí, Emanuel Santoro aclara que, más allá de su figura, los portugueses también tienen un plantel parejo y competitivo, respaldado por el campeonato de Champions League que algunos jugadores lograron con el Sporting de Portugal este año.

-CUNA-

-LOC- Portugal disputará el Grupo C, donde se estrenará contra Tailandia, para luego enfrentar a Islas Salomón y al campeón árabe y africano Marruecos.

-SONIDO TRANSICIÓN FINAL O MÚSICA-

-LOC- Con esto llegamos al final de esta revisión de los favoritos para ganar la Copa del Mundo de Futsal Lituania 2021. Este domingo arranca el torneo, que nos brindará tres semanas de fútbol sala de alto nivel, que culminan con la gran final del domingo 3 de octubre.

-LOC- Estamos ansiosos por el arranque del torneo, y por supuesto estaremos siguiéndolo de inicio a fin junto a ustedes. Si les gustó este podcast, los invitamos a suscribirse para poder recibir todo nuestro contenido, disponible en todas las plataformas de podcast. También pueden seguirnos en nuestras redes sociales, @sextafalta.cl en Instagram y Sexta Falta en Facebook. Además pueden suscribirse a nuestro canal de Youtube y visitar nuestro sitio web sextafalta.cl, para estar al tanto de toda la actualidad del fútbol chileno y mundial. ¡Hasta pronto!

Guion El camino de Argentina a su primera Copa Mundial

-SON- Final partido (<https://www.youtube.com/watch?v=O7izyt2Lrfl>)

-LOC- La chicharra que decreta el término del partido se ahoga entre los gritos del Coliseo El Pueblo de Cali. Es el final del Mundial de Futsal Colombia 2016, y tras un emocionante encuentro, la Selección Argentina vence 5-4 a Rusia y se consagra campeona del mundo por primera vez en su historia.

-LOC- Una hazaña para el país que, a primera vista, parecería una sorpresa contra todo pronóstico en un torneo junto a las mayores potencias del deporte. Sin embargo, esta Copa del Mundo no sería sino la coronación de un viaje de más de 50 años que llevó al futsal argentino desde el amateurismo hasta lo más alto de la élite mundial y que, irónicamente, aún no llega a su destino final: la profesionalización absoluta del deporte.

-LOC- En este capítulo de Sexta Falta Podcast, haremos un recorrido por la historia del futsal en Argentina para conocer cómo la selección albiceleste consiguió su primera estrella.

-SON- Festejo de jugadores en el camarín (<https://www.youtube.com/watch?v=KjI1IkNXj-A>)

-SON- Sonido ambiente música típica Argentina/Rosario o juego de fútbol/futsal

-LOC- Tras su nacimiento en Uruguay en los años '30, el fútbol de salón comenzó a penetrar cada vez con más fuerza en Argentina, especialmente en el interior del país. Por su cercanía geográfica con Brasil y Paraguay, que ya tenían un importante desarrollo del deporte, provincias como Corrientes, Misiones y Formosa fueron las primeras en entrar en contacto con el futsal.

-SON-

-LOC- Para mediados de los '60, el deporte ya era parte del nutrido entramado de clubes sociales y deportivos de los barrios argentinos, y Rosario comenzaba a consolidarse como una de las zonas

más fuertes en su práctica, con Newells Old Boys y Rosario Central a la cabeza. Vicente De Luise fue parte de esas primeras generaciones de jugadores rosarinos.

-CUNA INICIOS-

-LOC- El histórico entrenador argentino comenzó su carrera en el futsal como jugador en Newells, pero además de atajar en la lepra, De Luise también era arquero de la Universidad Nacional de Rosario, que competía en los torneos provinciales y nacionales organizados por la Confederación Argentina de Fútbol de Salón, CAF.

-CUNA UNR-

-LOC- La CAF fue la primera entidad encargada de dirigir el futsal en Argentina y está actualmente afiliada a la Asociación Mundial de Futsal, que reemplazó a la extinta Federación Internacional de Futsal, Fifusa. La Fifusa fue a su vez fundada por la primera organización internacional del deporte: la Confederación Sudamericana de Fútbol de Salón.

-LOC- Nacida en 1965, la Confederación organizó ese mismo año el primer Campeonato Sudamericano de Fútbol de Salón, en Asunción, Paraguay, donde participaron Brasil, Uruguay, Argentina y el mismo local, que terminó quedándose con el primer lugar.

-LOC- Desde el comienzo, la falta de recursos fue uno de los principales problemas para el futsal argentino. De Luise, que viajó junto a la Selección a Colombia para el Sudamericano de 1979, recuerda así esos años.

-CUNA FINANCIAMIENTO E INICIOS-

-LOC- El Sudamericano organizado por Fifusa continuó jugándose de manera irregular hasta 1989 y fue ganado 10 veces consecutivas por Brasil, que con décadas de ventaja en la práctica del futsal, ya era una de las potencias mundiales. Para Argentina, las distancias con países así eran simplemente irremontables.

-CUNA BRECHA BRASIL-

-LOC- Esa brecha también se vio reflejada en los primeros campeonatos mundiales de la Fifusa. En la primera edición, el '82, en Brasil, la albiceleste terminó séptima entre 10 selecciones; y el '85, en España, logró disputar el partido por el tercer lugar, pero terminó goleada 10-3 ante Paraguay.

-LOC- Sin embargo, a fines de esa década, el fútbol sala argentino comenzó a sentar las bases de un largo proceso que lo llevaría a medirse cara a cara ante la elite mundial del futsal.

-SONIDO RELATO PARTIDOS ANTIGUOS YOUTUBE DE LUISE-

-LOC- Corría 1986 y la Asociación de Fútbol Argentino, AFA, estrenaba su primer torneo de futsal, integrado por los clubes afiliados a la institución. Boca Juniors y River Plate eran algunos de los grandes nombres de entre los 14 equipos participantes.

-LOC- En ese naciente campeonato, los equipos rosarinos se posicionaron rápidamente a la vanguardia. Rosario Central fue el primer campeón, mientras que Newells se quedó con el título el '87.

-LOC- Tras una corta carrera como jugador, Vicente De Luise asumió como el entrenador de la lepra en el '86 y se hizo cargo del equipo durante esos primeros torneos oficiales, un puesto que ocuparía por 10 años. En los comienzos, además de la precariedad económica, el desconocimiento del juego era otra de las importantes barreras que el DT debió sortear.

-CUNA DESCUBRIR EL JUEGO-

-LOC- También existían problemas de infraestructura y logística. Las canchas ni siquiera cumplían con las medidas reglamentarias y los balones dispuestos por la AFA no estaban destinados para la práctica del futsal.

-LOC- César González, actual asistente técnico del club 17 de Agosto y que jugó en la liga argentina durante 10 años para luego iniciar su carrera como técnico, dirigiendo a clubes como Kimberley y Estrella de Boedo, vivió en carne propia esas complicaciones.

-CUNA CESAR GONZALEZ PELOTA Y CANCHA-

-LOC- Tras debutar en primera división con el Club Atlético Platense a fines de los '90, González también fue testigo del amateurismo del fútbol argentino. La falta de recursos y el poco entrenamiento y especialización táctica eran la tónica de la mayoría de los equipos.

-CUNA MIX ENTRENAMIENTOS Y ESTUDIOS-

-LOC- Clubes como Newells, sin embargo, eran la excepción a la regla. Con cuestiones tan básicas como la cantidad de entrenamientos, lograban sacar amplias distancias con el resto de la competencia.

-CUNA BRECHA DE ENTRENAMIENTOS-

-LOC- En el '87, Vicente De Luise recibió el llamado de la AFA para dirigir a la Selección Argentina, puesto que aceptó en paralelo a su cargo en Newells. Ese mismo año viajaron con el combinado albiceleste a Brasilia para el torneo de prueba organizado por la FIFA, que ya comenzaba a preparar lo que sería su primera Copa Mundial de Fútbol.

-LOC- Justamente ese fue el primer gran objetivo de De Luise, que ya debía pensar en la preparación para ese primer mundial, realizado en Holanda en 1989 y con un sistema de grupos de cuatro equipos en primera y segunda ronda y una fase de eliminación directa que comenzaba desde semifinales.

-LOC- La albiceleste se concentró en el Sindicato de Empleados Textiles, en la ciudad de Ezeiza. Si bien las condiciones habían mejorado y cuestiones como la estadía y los viajes estaban cubiertas

por la federación, la realidad estaba lejos de ser óptima. Por ejemplo, las instalaciones no tenían cancha de fútbol, por lo que el cuerpo técnico tuvo que arreglárselas para conseguir un lugar para entrenar de cara al mundial.

-CUNA EZEIZA-

-LOC- Tanto en Holanda como en el mundial del '92, en Hong Kong, Argentina logró buenos rendimientos en la primera fase del torneo, pero fue incapaz de sumar puntos en la segunda.

-LOC- Pese a los esfuerzos por tener un equipo competitivo, De Luise admite que con una nula planificación de mediano o largo plazo, este era el techo de la selección en ese entonces.

-CUNA POCO RENDIMIENTO y no hacíamos nada-

-SONIDO TRANSICIÓN-

-LOC- Desde su creación, el campeonato AFA fue decayendo paulatinamente. El número de participantes se fue reduciendo y el formato original de torneo anual de dos ruedas se volvía insostenible. Por otro lado, muchos clubes no afiliados a la AFA no podían participar en la competición y aún continuaban desempeñándose en las ligas independientes.

-LOC- Así y todo, Argentina mostraba gran potencial para convertirse en un país de primera línea del fútbol. En 1994, los argentinos albergaron el quinto mundial de la Fifusa y lograron su primer campeonato tras ganar todos sus partidos de primera y segunda ronda, ganarle a Bolivia por walkover en cuartos de final, vencer 3-2 a Uruguay en semis y 2-1 a Colombia en la final.

-LOC- No obstante, este rendimiento no pudo ser ratificado por el equipo de la AFA en el mundial Fifa España '96, donde la albiceleste, dirigida ya por Fernando Larrañaga, solo sumó 4 puntos en el Grupo B y no logró avanzar a la segunda fase del torneo. Un cambio era necesario, y este llegó a fines de esa década.

-LOC- En 1997, la AFA tomó una decisión que sería crucial para el fútbol argentino: el campeonato se abrió a clubes no afiliados, 30 equipos se inscribieron, se creó la segunda división y se instaló un sistema de dos torneos por año, de apertura y clausura.

-LOC- De acuerdo a Vicente De Luise, que en el '98 ya dirigía a River Plate, la llegada de los equipos de las ligas provinciales elevó el nivel del campeonato y le abrió las puertas a instituciones con un largo recorrido en el fútbol.

-CUNA APERTURA AFA-

-LOC- Esta reforma de la liga AFA permitió tener un campeonato más estable, competitivo y atractivo, un gran contraste en relación a sus ediciones anteriores.

-CUNA TORNEOS CORTOS-

-LOC- Sumado a esto, proyectos deportivos como el de Newells ya habían sentado una referencia para los demás equipos. Pese a que los leprosos solo conquistaron dos campeonatos, el '87 y el '94, César González asegura que la organización instalada en ese club a partir de comienzos de los '90 marcaba la pauta para la profesionalización del deporte.

-CUNA NEWELLS REFERENTE y contrato brasileños-

-LOC- Esa llegada de jugadores extranjeros le dio un mayor roce competitivo a la liga, lo que se sumó a la salida de los propios jugadores argentinos a Europa. Para Vicente De Luise, esto llevó al fútbol argentino a nuevas alturas.

-CUNA BRASILEROS E ITALIA-

-LOC- Paradójicamente, esta elevación del deporte se daba mientras las condiciones económicas de la liga AFA aún estaban lejos de un profesionalismo real. Vicente De Luise recuerda que, durante su etapa en Newells, los refuerzos brasileños fueron los primeros en recibir sueldo. Más

tarde se inició el pago de viáticos a los jugadores argentinos, un mecanismo precario e inestable que debió ser eliminado ante la falta de financiamiento de la rama de fútbol del club.

-CUNA-

Cuando el técnico dirigió a River Plate, sus jugadores tampoco tenían un sueldo, solo un pago por partido jugado y una eventual bonificación extra en caso de conseguir una victoria.

-LOC- Mientras el deporte local vivía esa realidad, la Selección Argentina daría un importante salto de calidad en el siglo XXI.

-LOC- Tras un rendimiento discreto en el mundial de Guatemala 2000, sumando solo 3 puntos en la segunda ronda, el combinado albiceleste conquistó la primera Copa América de Fútbol de la Conmebol, celebrada el 2003 en Paraguay.

-LOC- El equipo dirigido por Fernando Larrañaga logró así el primer título FIFA del fútbol argentino e hizo historia en el cuadrangular final del torneo al derrotar 1-0 a Brasil, su única victoria ante la verde amarela hasta esa fecha.

-LOC- Esto le valió la clasificación al mundial de China Taipei 2004, una instancia en donde se asentó definitivamente como uno de los equipos fuertes a nivel mundial, metiéndose entre los cuatro mejores del torneo.

-LOC- Tras perder solo un partido entre la primera y segunda ronda, la ilusión de obtener un puesto en el podio se esfumó tras derrotas 7-4 ante Italia en semis y ante Brasil en el partido por el tercer lugar. Así y todo, ese cuarto lugar era uno de los mayores logros de la Selección Argentina y comenzaba a mostrar los frutos del largo proceso de desarrollo que venía teniendo el deporte en el país.

-LOC- De esta manera, los albicelestes se consolidaban como una de las mayores exponentes del fútbol sudamericano. En la Copa América 2008 en Uruguay obtuvieron el tercer lugar; el 2011, como locales, cayeron en la final ante Brasil; y el 2015, en Ecuador, alcanzaron su segundo campeonato luego de vencer a Paraguay en la final, lo que ya era su tercer título a nivel Conmebol luego de que el 2012 ganaran las primeras Eliminatorias Sudamericanas jugadas en Brasil,

-LOC- En las siguientes Eliminatorias, celebrada en Paraguay el 2016, Argentina logró el subcampeonato tras perder la final contra los brasileños. Esto les dio la clasificación al mundial jugado en Colombia ese mismo año, una cita a la que llegaban como una selección fuerte, pero sin haber destacado en las ediciones anteriores de Brasil 2008 y Tailandia 2012.

-LOC- Con ese cartel, Argentina se quedó con el primer lugar del Grupo E con victorias ante Kazajistán e Islas Salomón y un empate contra Costa Rica. En octavos de final venció a Ucrania por 1-0 y en cuartos igualó su mejor marca con una goleada 5-0 a Egipto. En semis una sólida victoria 5-2 dejó en el camino a Portugal, lo que le valió la opción de conquistar el título en la final contra Rusia.

-LOC- Argentina debió remontar luego de que Rusia se adelantara con gol de Eder Lima. El empate fue casi inmediato, obra de Alamiro Vaporaki. Poco antes del término del primer tiempo, Leandro Cuzzolino adelantó a la albiceleste convirtiendo una sexta falta. Al minuto de la segunda mitad, Eder Lima repitió para poner el 2-2- transitorio, pero con un doblete de Alan Brandi y un tanto de Constatino Vaporaki Argentina se puso 5-2 y quedó a 1 minuto 40 de alcanzar su primera estrella.

-LOC- Pero el partido no estaría exento de dramatismo. Dmitry Lyksov le dio esperanza a Rusia con el descuento 5-3 y, con 19.6 segundos en el reloj, Eder Lima convirtió un penal largo para preparar un final de infarto. Argentina aguantó la última arremetida rusa y el festejo se desató tras conseguir el primer título mundial.

-LOC- Pese a la emoción de un logro de esta magnitud, la primera estrella no fue una sorpresa para los que conocían de cerca al fútbol argentino. César González asegura que este título venía

fraguándose desde hace tiempo, con un esfuerzo mancomunado entre clubes y selecciones nacionales. Un trabajo constante de años y no siempre retribuido.

-CUNA-

-LOC- Para Vicente De Luise, el campeonato del mundo simplemente le dio visibilidad al desarrollo que el futsal argentino venía experimentando durante décadas.

-CUNA-

-LOC- Desde la obtención del Mundial de Colombia, Argentina se ha mantenido al más alto nivel del deporte. El 2017 albergaron la Copa América y fueron subcampeones tras perder la final 4-2 ante Brasil. El 2020 se tomaron revancha y conquistaron las Eliminatorias Sudamericanas con una contundente victoria 3-1 ante los anfitriones brasileños. Ese mismo año, en mayo, San Lorenzo de Almagro se convirtió en el primer equipo argentino en ganar la Copa Libertadores de Futsal.

-LOC- El fútbol sala de Argentina se ha transformado en un deporte atractivo y con un reconocimiento impensado en sus inicios, lo que a su vez le ha dado un potencial comercial plasmado en contratos de televisión y el interés de auspiciadores.

-LOC- El torneo AFA cuenta con un total de 87 equipos que se dividen entre la primera, segunda, tercera y cuarta división. Asimismo, existe un nutrido sistema de divisiones menores y el país se ha transformado en uno de los grandes exportadores de jugadores, tal y como lo describe Vicente De Luise.

-CUNA-

-LOC- Con todo, el futsal en Argentina aún no alcanza el profesionalismo total. La mayoría de los jugadores no pueden vivir completamente del deporte y la principal opción de hacerlo es justamente emigrando a ligas más desarrolladas económicamente.

-CUNA-

-LOC- César González explica que la realidad es dispar en los clubes locales. Solo algunas instituciones pueden darle las garantías a sus jugadores para dedicarse a tiempo completo al fútbol.

-CUNA-

-LOC- González cree que el siguiente paso para consolidar completamente al fútbol argentino será fortalecer el deporte en las provincias y asegurar los contratos de trabajo de sus profesionales.

-CUNA-

-LOC- Mientras el fútbol argentino mira hacia el futuro con tareas pendientes, la selección albiceleste lucha por volver a lo más alto. A 5 años de hacer historia en Colombia, Argentina se ha consolidado como una de las grandes potencias del fútbol sala internacional y las posibilidades de levantar una Copa del Mundo, ahora por segunda vez, son más reales que nunca antes en su historia. Y si bien el deporte aún no llega a su destino final, el camino recorrido hasta ahora indica que se va en la senda correcta y que llegar al profesionalismo absoluto parece solo una cuestión de tiempo.

-LOC- Si les gustó este podcast, los invitamos a suscribirse para poder recibir todo nuestro contenido, disponible en todas las plataformas de podcast. También pueden seguirnos en nuestras redes sociales, @sextafalta.cl en Instagram y Sexta Falta en Facebook. Además pueden suscribirse a nuestro canal de Youtube y visitar nuestro sitio web sextafalta.cl, para estar al tanto de toda la actualidad del fútbol chileno y mundial. ¡Hasta pronto!

Guion Análisis Táctico Nacional de Uruguay Futsal

*TIT: título

*IMG: imagen/video

*LOC: locución

*Datos: Juega de local, tiene jugadores de experiencia, está en el grupo de Universidad de Chile junto a Cerro Porteño y Alianza Platanera.

-TIT- Logo SF; Analizando a Nacional

-LOC- Universidad de Chile debuta el 15 de mayo por Copa Libertadores ante Nacional de Uruguay. ¿Qué se encontrarán los azules ante los locales? Para analizar qué propone “El Bolso”, analizaremos algunos de sus momentos del juego.

-TIT- Ataque

-IMG- Videos de ataques posicionales de Nacional.

-LOC- En ataque los tricolores se plantan generalmente con un 3-1 en donde la búsqueda del pivot es de forma rápida y directa. No suelen presentar ataques posicionales con muchos toques ni tienen la urgencia de la posesión. El objetivo es que el balón llegue al pivot o en su defecto ganar duelos por bandas para generar superioridades.

-IMG- Juego con pivot

-LOC- Como vemos en el partido ante Boston River y también ante Peñarol, la salida del portero es muy importante. La búsqueda del pivot es directa. La idea es llegar a él lo más rápido posible.

-IMG- Errores al momento de atacar

-LOC- Sin embargo, hay errores a la hora de construir. Algunos de sus ataques muestran a un conjunto que pierde el equilibrio en la cancha, dejando algunas zonas del campo despobladas, lo que complica al jugador con balón al no tener más de una línea de pase.

-IMG- Errores al momento de atacar

-LOC- Por eso, la “U” encontrará a un rival que no tiene problemas en ceder el balón y atacar con la menor cantidad de toques posibles, ya sea construyendo o con salidas rápidas del portero.

-TIT- Transición Ofensiva

-IMG- Transiciones 1

-LOC- Las transiciones ofensivas son un arma poderosa de los uruguayos. Al ceder el control del balón y esperar en 20 metros, Nacional deja espacio hacia adelante para hacer daño con el contraataque.

-IMG- Transiciones 2

-LOC- Sus jugadores están técnicamente capacitados para conducir una transición a un ritmo alto y, a la vez, no perder precisión para definir o asistir a un compañero. Se puede apreciar que la indicación es que, al robar el balón, se intente finalizar la jugada.

-TIT- Defensa

-LOC- Defensivamente, Nacional traza su línea de presión a la altura de los 20 metros e incluso, en ocasiones, puede ser más baja. Sin embargo, su marcaje no es lo suficientemente intenso si lo comparamos con otros equipos referentes del futsal continental.

-IMG- Presión baja

-LOC- El equipo varía entre una presión individual y otra de cambios, pero casi nunca cambia el plan de esperar en 20 metros. A pesar de tener jugadores fuertes físicamente, no presionan a muerte a su par con balón.

-IMG- Entrelíneas

-LOC- La entrelínea es otra de las complicaciones que tiene el conjunto charrúa: Cuando un rival se posiciona entre las líneas defensivas de Nacional, les complica mucho la tarea.

-IMG- Gol Peñarol

-LOC- Vemos cómo Peñarol supo leer perfectamente esto generando un gol tras atacar el espacio entre líneas. El conjunto aurinegro descifró muy bien cómo complicar a la defensa del “Bolso” al utilizar siempre un jugador en las posiciones mencionadas.

-IMG- Rotaciones Peñarol

-LOC- La Universidad de Chile puede sacar provecho de esto. Vemos cómo en el caso Peñarol, la rotación del balón con su 4-0 y la búsqueda de las dualidades por banda, muestran puntos débiles de la zaga tricolor.

-IMG- Búsqueda entrelínea

-LOC- En este fragmento se aprecia cómo hay una constante búsqueda de la entrelínea para complicar a Nacional y que resulta eficaz cuando se logra conectar, en este caso, una pared. Si los jugadores azules entienden los tiempos, cambios de ritmo y espacios en una posición de intermedio, pueden ver frutos ante los uruguayos.

-IMG- Salteos

-LOC- Otro de los problemas defensivos del “Bolso” es el salteo de sus líneas. En este caso, el pivot es el responsable de que el pase no logre llegar de banda a banda pero, como vemos, no cierra esa línea. En el caso de la “U”, que cuenta con buenos duelistas, podría resultar ventajoso si consigue conectar el salteo.

-IMG- Altura de presión

-LOC- No es casualidad que la línea defensiva se marque en 20 metros. Hay ejemplos de que cuando Nacional presiona alto, deja muchos espacios atrás que les cuesta tapar. Sobre todo, porque no es un conjunto que cambie demasiado a sus jugadores para mantener la intensidad defensiva en el repliegue. Claramente, muestran su mejor versión esperando en la propia mitad de cancha.

-TIT- Transición defensiva

-IMG- Repliegues

-LOC- La transición defensiva de Nacional, generalmente, es buena. Tiene jugadores físicamente aptos que no van a escatimar en esfuerzos para replegar. Sin embargo, hay varios hombres del cuadro uruguayo que disputan muchos minutos en cancha, como mencionamos anteriormente. Esto encontrará un problema en los repliegues que, con el paso de los minutos, se volverán lentos, transformándose en ocasiones manifiestas de gol para el equipo rival.

-TIT- Táctica fija

-IMG- Patrón de jugadas

-LOC- En entrevistas previas a la Libertadores, jugadores y cuerpo técnico de la “U”, han resaltado la importancia de la pelota parada. Los uruguayos también lo saben y presentan un par de acciones ya patentadas.

-IMG- Córner con detalle

-LOC- Esta jugada de córner en la que el cobrador al jugar atrás va a buscar una devolución, la cual deja pasar para atacar el centro del área en donde lo buscará el ala-pivot. Esta misma figura puede tener otra variante en donde el mismo cobrador sí recibe el balón para seguir construyendo el ataque.

-IMG- Laterales

-LOC- Los laterales también son clave en el juego de Nacional. Como mencionamos anteriormente, la búsqueda del pivot es una constante no solamente en la construcción, sino también en los saques de banda.

-IMG- Tiros libres

-LOC- Los tiros libres pueden ser bien aprovechados por Nacional. Cuentan con Gabriel Palleiro, dueño de estas jugadas, que como vemos ante Peñarol, remata fuerte y directo para convertir un gol para su escuadra. En ambos tiros libres de este partido, Palleiro remató directo al pórtilo.

-TIT- Hombres clave

-IMG- Cortes Palleiro

-LOC- El mismo Gabriel Palleiro puede ser uno de los hombres a seguir en el debut copero de la "U". El cierre juega la gran mayoría de los minutos de los duelos y, obviamente, el cansancio físico se hace presente. A pesar de su fortaleza defensiva y liderazgo, no se caracteriza por su gran armado de juego. Si se le presiona se puede equivocar, lo que será importante para los dirigidos por René Tejías.

-LOC- La conducción de transiciones tampoco es la especialidad del cierre, que cuenta con características más defensivas que las de un armador neto de juego.

-IMG- Monos Nacional

-LOC- Todo lo analizado pasa a segundo plano cuando el balón comience a rodar este 15 de mayo. Los azules buscarán la primera victoria de un cuadro chileno ante Nacional. ¿Lo lograrán?

-IMG- Iconos me gusta y suscribe

-LOC- Si te gustó este video, no olvides suscribirte al canal de Sexta Falta, darle like, compartir y si quieres comentar para continuar con el debate del futsal nacional. Nos encontramos en otro análisis.

-IMG- Logo SF y redes sociales

Guion Análisis Táctico Selección de Marruecos Futsal

*TIT: título

*IMG: imagen/video

*LOC: locución

-TIT- Logo SF; Analizando a Marruecos

-LOC- En una histórica gira internacional, La Roja se enfrenta este 18 y 20 de agosto a la Selección de Marruecos, que se prepara para el Mundial de Lituania 2021, donde disputarán el Grupo C junto a Portugal, Tailandia e Islas Salomón.

-LOC- De cara a estos duelos amistosos, analizaremos las claves del rival de La Roja, que también es el vigente campeón de los torneos Africano y Árabe de Futsal.

-TIT- Ataque

-IMG- cortes+4-0+gol

-LOC- Marruecos ocupa principalmente una estructura de 4-0, aunque en ocasiones puede pararse con un 3-1 con pivot en banda. En estos sistemas priman las rotaciones, los duelos, los cambios de cierre y los cortes de los jugadores, aunque siempre con cancha equilibrada.

-IMG- paralelas+cortes+cancha equilibrada

-LOC- Dentro del ataque posicional de Marruecos, vemos las constantes rotaciones, buscando generar espacios y desajustes en la defensa rival.

-IMG- paralela

-LOC- El equipo africano busca profundizar, además de con los duelos, con recursos como paralelas, paredes y tercer hombre.

-IMG- tercer hombre

-IMG- movimiento constante buscando entrelínea

-LOC- La entrelínea es otro recurso utilizado con frecuencia, buscando el desmarque de compañeros en medio de la construcción de la jugada.

-TIT- Transición ofensiva

-IMG- Transición+gol

-LOC- Marruecos tiene jugadores de gran aceleración y técnica en carrera. Por esto, las transiciones ofensivas son un arma especialmente peligrosa.

-IMG- ataque al borde del área y segundo palo en transición

-IMG- transición +duelo

-TIT- Defensa

-IMG- Presión alta+generación doble duelo

-LOC- En este momento del juego, Marruecos plantea una defensa de cambios alta, buscando generar el doble duelo en primera línea para aislar a esos dos jugadores y tener más control sobre la jugada

-IMG- Presión alta+posturas

-IMG- posturas

-IMG- Intensidad en presión + brazo + no girar mentón

-LOC- Parte de los fundamentos de la sólida defensa marroquí son las correctas posturas, con el centro de gravedad bajo, los pies escalonados, no girar el mentón para que no le ganen los cortes y meter el brazo.

-LOC- Esto le permitió recibir solo 2 goles en la última Copa Árabe y 1 en la Copa Africana 2020, ambos campeonatos conquistados por Marruecos.

-TIT- Transición defensiva

-IMG- Rápida transición defensiva

-LOC- La intensidad del juego marroquí la aplican también en defensa. Sus repliegues son rápidos y buscan temporizar en inferioridad numérica.

-IMG- Rápido repliegue

-IMG- transición def rápida

-TIT- Táctica fija

-IMG- lateral + entrelínea + dualidad

-LOC- En balón parado, las principales armas de Marruecos son el bloqueo y el enroque.

-IMG- parten en línea+bloqueos+segundo palo

-LOC- Ya sea en laterales o en tiros libres, pueden partir en línea y, desde ahí, se busca la variante, que puede ser remate del opuesto o una búsqueda en el segundo palo.

-IMG- línea+bloqueo falso+segundo palo

-IMG- bloqueo y remate del jugador lejano

-IMG- corner+enroque

-TIT- Hombre clave

-IMG- número tres es un buen duelista

-LOC- El jugador al que Chile deberá poner especial atención es Anás El-Ayyane, ala hispano-marroquí recientemente fichado por el Aspil Jumpers Ribera Navarra, de la primera división de España.

-IMG- pase profundo en diagonal al pivot

-LOC- El-Ayyane, que viene de ser elegido como el mejor jugador de la Copa Árabe, destaca por su aceleración, su técnica y su buen duelo.

-IMG- duelo+el ayyane

-LOC- La facilidad del zurdo para generar faltas será otra de las preocupaciones que los chilenos tendrán que enfrentar.

-LOC- En este inédito duelo contra un equipo africano, La Roja buscará medirse ante un rival de elite/primer nivel y darle rodaje al plantel que el próximo año disputará la Copa América y los Sudamericanos Juveniles.

-IMG- Iconos me gusta y suscribe

-LOC- Si te gustó este video, no olvides suscribirte al canal de Sexta Falta, darle like, compartir y comentar para continuar con el debate del futsal nacional. Nos vemos en otro análisis.

-IMG- Logo SF y redes sociales

Guion Análisis Táctico Selección de Tailandia

*TIT: título

*IMG: imagen/video

*LOC: locución

*Datos: grupo de Tailandia en Mundial Lituania: Grupo C (Marruecos, Portugal e Islas Salomón); Clasificaron a segunda ronda en las dos últimas copas del mundo

-TIT- Logo SF; Analizando a Tailandia

-LOC- La Selección Chilena continúa su seguidilla de partidos amistosos en el extranjero y este sábado se mide ante Tailandia en Bangkok.

-LOC- Los asiáticos competirán en el grupo C de la Copa Mundial de fútbol Litania 2021, donde jugarán contra Portugal, Marruecos e Islas Salomón. La Roja tiene enfrente a un rival de alto nivel, que se ha instalado en la segunda rueda de las últimas tres copas del mundo. A continuación, analizaremos las claves de Tailandia de cara a este duelo con Chile.

-TIT- Ataque

-IMG- Pivot para bajar presión

-LOC- Tailandia se siente más cómodo jugando con pivot, ya sea fijo o en banda. A pesar de que en momentos del partido pueden optar por un 4-0 para manejar la posesión del balón, su principal arma ofensiva es el juego del 3-1.

-IMG- Trencha para profundizar - directo al pivot

-LOC- El buen juego de espaldas de sus jugadores que toman el rol de pivot, les permite generar ocasiones al atacar la corta, por ejemplo, Finalizando la jugada con remate.

-IMG- atacar la corta

-LOC- Su buena técnica en el pase al espacio de los aleros también es peligrosa. Tiene jugadores jóvenes, que pueden dañar con duelos y transiciones ofensivas.

-IMG- Rápida profundización para definir

-LOC- Sin embargo, el mismo juego de 3-1 que proponen se convierte en una desventaja cuando el rival cierra bien las líneas de pase que buscan profundizar.

-IMG- 3-1 muy lento

-TIT- Defensa

-IMG- Defensa + cobertura 2

-LOC- En este momento del juego, Tailandia puede alterar la altura de la presión en función del resultado. Pero cuando va alto, genera el doble duelo a la vez que realiza una cobertura por detrás de esa línea defensiva.

-IMG- Presión Alta + Cobertura

-IMG- Presión 20 metros

-LOC- La defensa es quizás el punto débil de los tailandeses. Cuando realizan cambios se les puede complicar. Presentan varios desajustes por desconcentraciones o descoordinaciones que el rival puede aprovechar.

-IMG- Cuesta cerrar línea + desajuste grave + pivot suelta marca y hay descoordinación...

-LOC- A pesar de esto, son un conjunto sólido en todas sus líneas. Que sin embargo, puede tener problemas con las transiciones defensivas.

-TIT- Táctica Fija

-IMG- Córner 1 y pateo el lejano - lateral 1

-LOC- En laterales, tiros libres y córners, el conjunto asiático cuenta con buenos recursos, como el enroque y los bloqueos. Además, pueden buscar los remates lejanos.

-LOC- En laterales pueden sorprender con jugadas más elaboradas, como esta que busca el cuarto hombre.

-IMG- Cuarto hombre

-LOC- O esta con aún más pasos que busca al jugador en el segundo palo o el remate del pivot.

-IMG- jugada preparada 2

-TIT- Arquero en movimiento

-IMG- Rotan dentro de la entrelínea.

-LOC- Si bien no es algo habitual en el juego tailandés, a la hora de usar el quinto jugador forman una estructura popularmente conocida como la “casita”. Sin embargo, en ocasiones pueden agregar la variante de un jugador en la entrelínea para fijar las marcas y generar espacios.

-LOC- Además, manejan elementos interesantes, como el “bloqueo por la espalda”, que permite, en vez de generar el espacio hacia dentro, permite al atacante salir por la banda para profundizar.

-IMG- profundo por banda - bloque para ganar.

-TIT- Jugadores clave

-IMG- Posesión Larga

-LOC- Más allá de un sólo jugador a destacar a un sólo jugador, Tailandia es un conjunto duro para cualquier rival. Tiene integrantes experimentados, otros más jóvenes pero también talentosos y que forman un bloque unido.

-LOC- El capitán tailandés, Kritsada Wongkaeo, ya adelantó que el objetivo de su selección será alcanzar los cuartos de final y superar así su mejor resultado hasta ahora en mundiales, obtenido el 2012, cuando los anfitriones llegaron hasta los octavos de final.

-LOC- Para lograrlo, Tailandia tendrá duros rivales en la fase de grupos, como Portugal, uno de los equipos más fuertes del torneo, y el campeón árabe y africano, Marruecos, a quien ya analizamos previamente.

-IMG- Iconos me gusta y suscribe

-LOC- Si te gustó este video, no olvides suscribirte al canal de Sexta Falta, darle like, compartir y comentar para continuar con el debate del futsal nacional. Nos vemos en otro análisis.

-IMG- Logo SF y redes sociales

BIBLIOGRAFÍA

- BARRIO, J. (2017). *La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescantes en España*. Memoria para optar al grado de Doctor. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- CASADESÚS, M. (2005). *Calidad práctica: Una guía para no perderse en el mundo de la calidad*.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder* (1a. ed.). Alianza.
- DANN, L. y SPINELLI, M. (2018). *Podcasting. The Audio Media Revolution*.
- GEOGHEGAN, M. W. y KLASS, D. (2007). *Podcast Solutions. The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*.
- KAPLAN, A. y HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- LÓPEZ, C. (2017). Radio tradicional enfrenta nueva competencia en América Latina: llegan los podcasts de los medios nativos digitales. En Mioli, T. y Nafría, I. (Eds.), *Periodismo innovador en América Latina* (47-51).
- LÓPEZ, J. L. (2013). Desafíos del periodismo en la era digital. Adaptación, creatividad e innovación continua para sobrevivir. *Revista Mexicana de Comunicación*, 30-31.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L., ROJAS-TORRIJOS, J. L., y HERRANZ DE LA CASA, J. M. (2015). Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 69-90.
- MCLUHAN, M. (1967). *The Medium is the message*.
- NAFRÍA, I. (2017). *La reinención de The New York Times*.
- ROJAS-TORRIJOS, J.L. (2011). *Periodismo deportivo de calidad*. Madrid, España: Fragua.

- ROJAS-TORRIJOS, J.L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190.
- ROJAS-TORRIJOS, J.L. (2015). La creciente banalización de los contenidos deportivos. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 31, 48-56.
- ROWE, D. (2013). Reflections on Communication and Sport: On Nation and Globalization. *Communication & Sport*, 1, 18-29.