



AGUA PASIÓN

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Autores

EMILIANO ANDRÉS ORTIZ MUÑOZ
ANTONIO ELÍAS SOTELO PEREIRA

Profesora Guía: Ana María Castillo

Santiago de Chile
2024

Quiero agradecer en primer lugar a las personas que formaron parte de este proceso académico. Mis compañeros de clase quienes se convirtieron en amigos y amigas, en los y las profesoras que me guiaron en este camino. Y dar gracias al equipo de fútbol de FCEI, quiénes hicieron de estos 5 años un viaje inolvidable.

Quiero destacar la profunda gratitud hacia mi madre, Claudia, que si no fuese por su constante esfuerzo, yo no estaría aquí, redactando una memoria de título. Que sin su constante presencia, esto no sería posible.

Por último, quiero destacar la labor de mi compañero, Antonio, que sin su pasión por este deporte acuático, este proyecto no existiría.

Emiliano Ortiz Muñoz

Gracias a la gente que conocí a lo largo de mi carrera como deportista y que mantuvieron vivo mi amor por este deporte. A Pablo, Andrés, Giovanni e Ignacio por hacerme sentir parte del mundo de la natación y transmitirme su cariño por el agua desde el primer día que hablamos. También a los entrenadores que tuve. A Javier, Cristóbal y Álvaro por estar siempre dispuestos a ayudarme, tanto en lo deportivo, como en lo académico y emocional. A Consuelo por apoyarme incondicionalmente y ser mi soporte emocional en las buenas y malas desde hace 7 años. A Emiliano por todo el cariño que le colocó a este proyecto durante todo el año. Por último, agradecer a mi familia y en especial a mi madre, quién me regaló la pasión por este deporte cuando tenía 9 años. Sin su apoyo, amor y sabiduría todo habría sido más difícil.

Antonio Sotelo

Índice

Introducción	5
2. Antecedentes y marco teórico:	6
2.2 Deporte y Sociedad	9
2.3 Los beneficios de la natación.....	11
2.4 Federación Chilena de Deportes Acuáticos	12
2.5 Relevancia del Proyecto	13
2.5.1 Impacto del Proyecto	14
2.5.2 Novedad del proyecto	14
2.5.3 Motivación del grupo	15
2.5.4 Problemas que tuvimos.....	16
3. Metodología y desarrollo del proyecto.....	17
3.1 Design Thinking: Diseño UX.....	17
3.1.1 Experiencia de Usuario	18
3.1.2 Accesibilidad	18
3.1.3 Usabilidad	20
3.1.4 Estética y diseño	20
3.1.5 Control por parte del usuario.....	20
3.2 Benchmark	21
3.3 Usuario arquetipo	31
3.3.1 Público Objetivo	33
3.4 Objetivos	34
3.5 Identidad.....	35
3.5.1 Identidad Visual	36
3.6 Plataformas utilizadas.....	38
3.6.1 Sitio web	40
3.7 Formato periodístico	46
3.7.1 Tipos de formato periodístico	46
3.8 Guías de contenido	47
3.9 Redes Sociales.....	50
3.9.1 Uso de redes sociales	50
4. Calendario	66
5. Métricas	72
5.1. Sitio Web.....	72

5.2. Instagram	75
5.3. Facebook.....	77
5.4. YouTube.....	81
5.5 Spotify	84
6. Sustentabilidad	85
7. Fuentes.....	87
8. Consideraciones éticas	88
9. Consideraciones finales	88
10. Anexos.....	89
11. Bibliografía	99

Introducción

Entre el 20 de octubre y el 5 de noviembre de este año, se llevaron a cabo los Juegos Panamericanos Santiago 2023. Después del mundial de fútbol de 1962, este ha sido el evento deportivo más grande que Chile ha organizado. El público, nacional e internacional, estaba expectante de lo que sucedería en el evento. Tanto así, que en las primeras 24 horas de la salida a la venta de las entradas, se vendieron 200.000 tickets y se agotaron los boletos de cuatro disciplinas¹.

Por el lado de la natación clásica, después de cinco días del comienzo de venta de entradas, ya se encontraba el 95% de tickets vendidos², demostrando así el interés del público chileno y extranjero por el mundo de la natación.

Si bien, en el contexto de los Juegos Panamericanos, los medios de comunicación realizaron una cobertura impecable sobre lo que sucedía en el renovado Centro Acuático del Estadio Nacional, no se vio lo mismo previo a estos, y muy probablemente, no se le vuelva a poner la misma atención a la escena acuática nacional.

El punto anterior puede derivar en un problema para el desarrollo de este deporte en el país. En esa línea, Agua Pasión viene a llenar el vacío de información que hay en la natación clásica chilena, generando un espacio de debate e información para la escena acuática nacional.

A lo largo de este informe se podrá observar la forma en la que este proyecto de medio digital ha ido creciendo y avanzando, tanto en las dinámicas de creación de contenido como a la hora de gestionar las diversas plataformas donde se hace presente. Cubriendo, registrando e informando sobre los diversos acontecimientos que han marcado al mundo de la natación chilena. Generando contenido en colaboración con competidores y competidoras de calibre

¹ CI, A. (2023, julio 13). Cuatro disciplinas agotadas: Santiago 2023 vendió 200.000 entradas en las primeras 24 horas. AIAlibre.cl. <https://www.alairelibre.cl/noticias/deportes/olimpismo/juegos-panamericanos/cuatro-disciplinas-agotadas-santiago-2023-vendio-200-000-entradas-en/2023-07-13/155845.html>

² Arancibia, F. (2023, agosto 22). Santiago entra en modo Panamericanos: 16 disciplinas agotaron sus entradas y sólo quedan 700 mil disponibles. Interferencia. <https://interferencia.cl/articulos/santiago-entra-en-modo-panamericanos-16-disciplinas-agotaron-sus-entradas-y-solo-queda>

internacional, quiénes, no hace mucho tiempo, nos representaron en los Juego Panamericanos de Santiago 2023.

Aquí se demuestra detalladamente los diversos formatos como entrevistas, noticias, producciones audiovisuales, etc., con los que este medio multiplataforma ha captado el interés de la comunidad acuática chilena.

De esta manera, Agua Pasión ha logrado posicionarse entre los principales medios dedicados exclusivamente a la natación, siendo mencionados por instituciones oficiales, clubes competitivos y diferentes deportistas.

2. Antecedentes y marco teórico:

Las primeras relaciones del ser humano con el agua han sido una constante a lo largo de la historia de la humanidad. Desde cazar para poder sobrevivir hasta para la simple diversión, el acto natatorio ha sido necesario en la evolución del ser humano. Los primeros registros que se tienen de las interacciones del humano con el medio acuático datan del 4.500 a.C. en la denominada “cueva de los nadadores”, donde aparecen pinturas rupestres representando a humanos nadando. De hecho, las primeras grandes civilizaciones surgen a lo largo de grandes ríos, no es de extrañar que sus ciudadanos practicaran la natación³.

La natación, según Pla-Campàs⁴, es considerada como “uno más de los deportes que expresa una dificultad intrínseca manifiesta. Una dificultad que es propia del dominio de un medio físico inestable que demanda de una fuerza muscular, una agilidad y unas destrezas particulares”. Igualmente, la natación es considerada una actividad que, cuando es ejecutada adecuadamente, posee beneficios asociados a la salud y a la mejora de la calidad de vida. Entre sus beneficios, la Unión Europea⁵ cita el control de peso, reducción porcentual de grasa, función cardiopulmonar, construcción y manutención de los huesos, articulaciones y músculos.

³ Belloch, S. L., Soriano, P. P., & Aparicio, I. A. (2011). Historia de la Natación I: desde la Prehistoria hasta la Edad Media. *Citius, Altius, Fortius*, 4(2), 51-83.

⁴ Pla-Campàs, G. (2015). About swimming performance myths and educational swimming: an historical and cultural perspective from Elías Juncosa. *Materiales para la Historia del Deporte*, (13), 78-95.

⁵ UE. Directrices de actividad física de la EU. Actuaciones recomendadas para apoyar la actividad física que promueve la salud. Bruselas, 2008.

Además, según Marquez⁶, se atribuye a la práctica deportiva otros beneficios, como el fortalecer la confianza personal, mejorar el estado general de la mente, reducir los niveles de estrés, mejorar la capacidad de tener un sueño profundo y proteger al deportista de enfermedades psicosomáticas.

Según la página de World Aquatics⁷, ente regulador actual de la natación a nivel mundial, la natación como deporte regulado y reglado comenzó a funcionar desde 1908 con la fundación de la Federación Internacional de Natación (FINA), en la que participaron Alemania, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Hungría, Reino Unido y Suecia. Esta entidad estableció el reglamento de los diferentes estilos de competición, los cuales, hasta hoy, han ido evolucionando en la medida que los nadadores innovan y alcanzan los límites que el reglamento permite. Los cuatro estilos de nado estipulados para competir son:

A. Estilo libre

B. Estilo Espalda

C. Estilo Pecho

D. Estilo Mariposa

2.1 Los inicios de la natación en Chile

En Chile, el órgano regulador de la natación es la Federación Chilena de Deportes Acuáticos (FECHIDA), quienes además regulan otros deportes acuáticos, como natación artística, waterpolo y clavados. Según su web, la Fechida fue creada el 20 de enero de 1920 por un grupo de chilenos y británicos que residían en Valparaíso. Ellos fundaron, lo que en su momento se llamó, la Asociación de Natación y Waterpolo de Chile. Obteniendo su Personalidad Jurídica por Decreto Supremo N° 1380, de 12 de agosto de 1921. Los Estatutos fueron reformados por unanimidad en la Junta General Extraordinaria de delegados celebrada el 29 de noviembre de 1923 y aprobados por el Supremo Gobierno según Decreto N° 1186, de 30 de junio de 1924.

⁶ MÁRQUEZ, S. Diferencias en componentes de la ansiedad competitiva entre practicantes de deportes individuales y colectivos. Revista de entrenamiento deportivo, v. 8, n. 3, p. 11-14, 1994.

⁷ Overview. (s/f). World Aquatics. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de <https://www.worldaquatics.com/about>

Dentro de este grupo de fundadores, la figura más reconocida fue la del inglés, Spencer Le May, quién luego sería presidente de la Confederación Sudamericana de Natación (CONSANAT) entre 1929 a 1934, según los registros de la misma web de la confederación.

Spencer, quien es considerado el padre de la natación chilena, fue una de las principales influencias para que la natación creciera en los años del régimen de Carlos Ibáñez del Campo. De hecho, según Acuña (2020) La natación, junto con el fútbol, fueron uno de los deportes más favorecidos en la administración ibañista. Por ejemplo, para impulsar el deporte, el gobierno contrató al profesor alemán Werner Kriebel, quién era maestro de estudios náuticos. Además, en junio de 1927, el mayor Portales comisionó la construcción de seis piscinas, una de las cuáles sería la más moderna de Sudamérica, según una nota que apareció en la revista *Los Sports* en 1927.⁸

Sin embargo, Le May, ya como presidente de la Asociación de Natación, declaró para la revista *Los Sports*⁹ que “Chile necesita una piscina en cada escuela y una piscina en cada cuartel” y que las nuevas piletas de natación construidas con dineros fiscales en Iquique y Temuco, además de los arreglos en la piscina del Estadio Policial en Santiago, no eran suficientes. Aunque valorando los esfuerzos del Gobierno, Le May aclaraba que la Asociación no tenía los recursos del fútbol.

Frente a esto, el Gobierno aumentó el apoyo fiscal y financió la modernización de las piscinas en el Estadio El Llano y el Estadio Santa Laura. En esa línea, las críticas de los dirigentes bajaron y el secretario de la Asociación de Natación, Gustavo Weber, destacaba en *Los Sports*¹⁰ que la labor del Gobierno asegurando que la contratación de entrenadores extranjeros contribuía al mejoramiento físico y técnico de los competidores, así como también en la difusión del deporte náutico en todas las capas sociales.

En agosto de 1929, se inauguró la Piscina Escolar, la que, a día de hoy, está ubicada en la ribera norte del río Mapocho, a la altura de la Vega Central. Para la época, según *Los Sports*¹¹, era la piscina más grande de América del Sur. Con medidas de 25 x 16 metros, tenía capacidad para

⁸ “Conversando con el director de Educación Física”, *Los Sports*, Santiago, 3 de junio de 1927. p. 2.

⁹ “Natación: Le May no habla, Le May trabaja”, *Los Sports*, Santiago, 18 de noviembre de 1927, p. 2.

¹⁰ “El Secretario de la IV Zona, en la Asociación de Natación y Waterpolo de Chile, don Gustavo Weber, habla para *Los Sports*”, *Los Sports*, Santiago, 3 de agosto de 1928, p. 11.

¹¹ “Santiago cuenta con una nueva y moderna piscina”, *Los Sports*, Santiago, 9 de agosto de 1929, p.4.

500 bañistas y 2000 espectadores. Al ser techada, permitía continuar con la actividad acuática durante el invierno. El edificio, según la revista, fue gestionado directamente por el ministro Ramírez y contaba con amplios camarines, casino y solárium, todo por un costo de obras que no superaba los \$2.000.000 de pesos

Pese a las reducciones en el presupuesto fiscal de 1930-1931, el Gobierno continuó apoyando la natación por medio de la contratación de entrenadores extranjeros y la gratuidad de piscinas escolares¹². Por ejemplo, en julio de 1930, se contrató al profesor alemán Arthur Mund, quien contaba con experiencia en Argentina y Estados Unidos. Mund, en una entrevista para *Los Sports*¹³, comentó que sentía que en Chile se daba una verdadera importancia a la natación, a diferencia de lo que sucedía en Argentina. Además, agregó que “Chile, en algunos años más, de continuar esta política, llegará a ser el campeón de Sudamérica, siempre que se tome en cuenta el factor niño, el universitario y el empleado”

Los profesores extranjeros, Werner Kriebel y Arthur Mund, contratados especialmente por el Gobierno, reflejaban el deseo de Ibáñez por modernizar la sociedad chilena a través de técnicos especializados en natación.

2.2 Deporte y Sociedad

El deporte es considerado una herramienta que fomenta los Derechos Humanos, el desarrollo internacional y la paz social. Así lo plantea el Consejo Iberoamericano del Deporte en un estudio sobre la importancia del deporte para el desarrollo social al relacionarlo con la búsqueda de la felicidad¹⁴. Además, hace alusión a la cercanía que tiene con los **Objetivos de Desarrollo Sustentable**, los cuales se caracterizan por ser una estrategia en base a objetivos de nivel global para un mejor “futuro”, redactados por las Naciones Unidas¹⁵.

¹² “Las escuelas de Providencia tienen piscina gratis”, *Los Sports*, Santiago, 12 de diciembre de 1930, p. 26.

¹³ “Conversando con el nuevo entrenador de natación”, *Los Sports*, Santiago, 8 de agosto de 1930, p. 36

¹⁴ Consejo Iberoamericano del Deporte. (CID). Red Iberoamericana Mujer y Deporte. (2019, Junio 24). “La Agenda Deportiva con Enfoque de Género”. Disponible en: <http://www.coniberodeporte.org/en/red-iberoamericana-mujer-ydeporte/asambleas-y-seminarios/item/353-celebracion-delseminario-la-agenda-deportiva-con-enfoque-de-genero-iberoamericana-mujer-y-deporte>

¹⁵ United Nations. (s/f). *Objetivos de Desarrollo Sostenible | Naciones Unidas*. Recuperado el 16 de noviembre de 2023, de <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/objetivos-de-desarrollo-sostenible>

Por lo que el deporte podría ser considerado como una prioridad para los Estados como ocurre en países latinoamericanos, como Brasil, Colombia y Cuba. Naciones reconocidas también por sus diversos logros deportivos¹⁶.

En Chile este no es el caso. El deporte aparece en las agendas de las campañas electorales para candidato a Presidente cada 4 años, pero sigue estando fuera de la Constitución. Hasta el día de hoy, el deporte no está consagrado como un derecho fundamental. Si existen leyes que impulsen el fomento del mismo, pero un ciudadano no tiene el derecho de exigir jurídicamente la garantización, por parte del Estado, de programas que aseguren el acceso al deporte de manera igualitaria.

Un claro ejemplo de esto son los problemas que tuvo Chile, específicamente en la ciudad de Santiago, para cumplir con los requisitos mínimos y necesarios tras haber ganado el derecho a ser sede de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos 2023. Los cuáles tuvieron una duración entre el 20 de octubre al 5 de noviembre, y del 17 de noviembre al 26 del mismo mes.

En primer lugar, asomaron las críticas recibidas debido al recinto designado a la competencia de Bowling. Este evento deportivo tuvo lugar en el centro de entretenimiento Happyland, ubicado en el Mall Plaza Vespucio, por lo tanto, no se aceptó el ingreso de público¹⁷.

Por otra parte, las construcciones de recintos que albergaron distintos deportes olímpicos, ubicadas en las inmediaciones del Estadio Nacional, presentaron un gran retraso hasta julio de 2023. Afectando directamente a los deportistas chilenos que compitieron en Esgrima, Baseball, Softball Basketball, etc. Se estimaba que las obras estarían listas días antes del inicio de los Juegos Panamericanos Santiago 2023, por lo que la mayoría de los representantes chilenos tendrían la misma cercanía hacia el recinto que los competidores internacionales, lo cual pudo influir directamente en el rendimiento de la o el atleta¹⁸.

¹⁶ BBC News Mundo. (2021, julio 25). Juegos Olímpicos: cuáles son los 5 países de América Latina que más medallas han ganado en la historia. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/deportes-57950320>

¹⁷ Haddad, E. (13 de Julio de 2023). Otro golpe al Bowling en los Panamericanos: Será el único deporte sin espectadores. Emol. <https://www.emol.com/noticias/Deportes/2023/07/13/1100867/bowling-panamericanos-publico-happyland.html>

¹⁸ Gómez, F. (2023, julio 10). Panamericanos 2023: federaciones denuncian problemas de preparación debido al retraso en las obras. Radio Pauta 100.5. <https://www.pauta.cl/deportes/2023/07/10/panamericanos-2023-federaciones-denuncian-problemas-de-preparacion.html>

El caso más emblemático de esta seguidilla de controversias tuvo que ver con el nuevo Centro Acuático del Parque Estadio Nacional, la sede de los deportes acuáticos “*indoor*” en los JJ.PP. 2023.

A menos de un mes para el inicio de Santiago 2023, esta obra seguía en etapas de finalización, y se estimaba que estaría habilitada sólo 15 días antes de la competencia. Los más afectados por esta situación fueron los atletas del Team Chile, quienes, por falta de una piscina adecuada para entrenar en Chile, tuvieron que salir a buscar un complejo a Perú¹⁹.

2.3 Los beneficios de la natación

No es noticia que a la natación se la considere como uno de los deportes más saludables en el mundo, y que sólo el hecho de practicarlo es suficiente para producir beneficios en el cuerpo y mente del ser humano.

A la natación se le reconoce por sus beneficios cardiovasculares. Esto debido a que nadar envuelve a todos los grupos de músculos mayores del cuerpo y el corazón debe trabajar duro, lo que incrementa el flujo sanguíneo del cuerpo²⁰.

Pero esto no es todo. La natación es también utilizada con fines médicos. Ha sido comprobado que nadar regularmente ayuda a mejorar la memoria, las funciones cognitivas, las funciones del sistema inmune y el humor. La natación puede ser de ayuda para reparar el daño por estrés y generar nuevas conexiones neuronales en el cerebro²¹

Además, cabe destacar el fuerte impacto que tiene la práctica de la natación en niños, siendo muy importante para el desarrollo motor, físico y social de los niños, debido a que es un deporte que no solo busca trabajo técnico, sino también habilidades motoras a través de ejercicios y juegos²².

¹⁹ Zamorano, J. (2023, septiembre 26). Natación chilena irá a entrenar a Perú para Santiago 2023: complejo acuático no está operativo. Bio Bio Chile. <https://www.biobiochile.cl/noticias/deportes/mas-deportes/2023/09/26/nadadores-team-chile-entrenaran-en-peru-por-falta-de-piscina.shtml>

²⁰ Mathew, S. (2021, julio 27). Swimming gives your brain a boost – but scientists don't know yet why it's better than other aerobic activities. The Conversation. <http://theconversation.com/swimming-gives-your-brain-a-boost-but-scientists-dont-know-yet-why-its-better-than-other-aerobic-activities-164297>

²¹ Mathew, S. (2021, julio 27). Swimming gives your brain a boost – but scientists don't know yet why it's better than other aerobic activities. The Conversation. <http://theconversation.com/swimming-gives-your-brain-a-boost-but-scientists-dont-know-yet-why-its-better-than-other-aerobic-activities-164297>

²² BORGES, Raphaella Khareniny Fernandes de Melo; MACIEL, Rosana Mendes. La influencia de la natación en el desarrollo de la psicomotriz en niños de educación infantil. Revista científica multidisciplinaria base de conocimiento. Año 1. Vol. 9. págs. 292-313, octubre y noviembre de 2016. ISSN. 2448-0959.

A pesar de toda la evidencia científica que avala y destaca a la natación como uno de los deportes más completos al trabajar todo el cuerpo y uno de los más beneficiosos para la salud del cuerpo humano ²³, en Chile no se le da la importancia que se merece.

2.4 Federación Chilena de Deportes Acuáticos

Aparte de los casos ya mencionados que se relacionan directamente con los Juegos Panamericanos, existen problemáticas que vienen desde hace tiempo, con diversos testimonios y atletas afectados por el falta de recursos tanto por parte del Estado como falta de apoyo por parte de la Federación Chilena de Deportes Acuáticos (FECHIDA).

Pero antes de mencionar las situaciones que se han dado en la natación nacional, es necesario entender qué es FECHIDA. La Federación Chilena de Deportes Acuáticos es el ente organizacional encargado de regular los distintos deportes desarrollados en agua (2017)²⁴. Por lo tanto, reúne las disciplinas de Aguas Abiertas, Nado Sincronizados, Natación Clásica, Polo Acuático, Saltos Ornamentales, y Masters.

Ya en 2013, FECHIDA comenzaba a sentir las primeras presiones por parte de diversas asociaciones que exigían la renuncia de, en ese entonces presidente de la federación, Luis Leiva, debido a distintas acusaciones por irregularidades financieras dentro de la misma (8).²⁵

En 2017, Giorgio Zoppi, en ese entonces presidente de la Asociación Masters de Natación, órgano regulado por FECHIDA, emitió un informe hacia la Comisión de Deportes y Recreación de la Cámara de Diputados. En este denunciaba una serie de irregularidades y casos de abuso de poder por parte de la federación, acusando falta de apoyo y nula comunicación por parte del ente regulador (2017)²⁶

En 2019, el Ministerio del Deporte denunció a la Federación de Deportes Acuáticos por malversación de fondos públicos. El dinero estaba dividido en tres proyectos, Plan de

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacion-es/psicomotriz-en-ninos>

²³ Rodríguez, R. L. (2018, abril 14). La natación: un ejercicio completo para tu salud. Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/la-natacion-ejercicio-completo-salud/>

²⁴ Asociación Chilena Máster de Natación. (2017) Problemáticas de la FECHIDA. <https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=106954&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION>

²⁵ González C. (2013, agosto 6). La grave crisis que vive la Federación Chilena de Deportes Acuáticos. La Tercera. <https://www.latercera.com/noticia/la-grave-crisis-que-vive-la-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos/>

²⁶ Asociación Chilena Máster de Natación. (2017) Problemáticas de la FECHIDA. <https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=106954&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION>

Desarrollo Estratégico FECHIDA 2019, Recursos Humanos Técnicos FECHIDA 2019 y Campeonatos Sudamericanos Juveniles Chile 2019. Los cuales, aproximadamente, 57 millones de pesos no se ajustaban a las rendiciones²⁷.

A mediados de mayo de este año, la nadadora de aguas abiertas, Mahina Valdivia, acusó a la federación y a la presidenta de la misma, Claudia Molkembuhr, de corrupción, abuso de poder y acoso. Esta denuncia fue impulsada por el despido del entrenador de la nadadora, Juan Carlos Tenorio, a 149 días de los Juego Panamericanos 2023, luego de, como ella indica, una serie de intentos de sabotaje a su carrera²⁸.

2.5 Relevancia del Proyecto

Ya se habló sobre la importancia del deporte tanto para el desarrollo de la sociedad como para el bienestar de cada individuo, específicamente de la natación y sus diversos beneficios.

Este proyecto tiene la intención de comunicar, difundir e informar sobre la natación chilena, la cual, junto a otros tantos deportes, ha quedado de lado y hasta opacada por el único deporte masivo del país, el fútbol²⁹. Esta situación se observa claramente en la tendencia de los programas televisivos transmitidos en los horarios de mayor rating, los cuáles están dedicados exclusivamente al fútbol, ya sea para informar, opinar o simplemente debatir. Un claro ejemplo de esto es “Todos Somos Técnicos” de TNT Sports, “Círculo Central” de TV y “Equipo F” de ESPN.

En 2019, la campeona mundial de aguas gélidas y actual dueña del récord del “nado más extremo de la historia”, Bárbara Hernández, se refería a las adversidades que tuvo durante su carrera provocadas por la falta de apoyo financiero. Aclarando que, durante la mayor parte de

²⁷ Al Aire Libre. (2019, diciembre 10). Mindep denunció a Federación Chilena de Deportes Acuáticos por apropiación indebida de recursos. AlAirelibre.cl. <https://www.alairelibre.cl/noticias/deportes/gobierno/ministerio-del-deporte/mindep-denuncio-a-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos-por/2019-12-10/193543.html>

²⁸ Cornejo A. (2023, mayo 24). Mahina Valdivia se lanza con todo frente a la Federación Chilena de Deportes Acuáticos: “La presidenta es una persona muy corrupta”. La Tercera. <https://www.latercera.com/el-deportivo/noticia/mahina-valdivia-se-lanza-con-todo-frente-a-la-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos-la-presidenta-es-una-persona-muy-corrupta/EU6PGI2URNB7BOL4ZZUKC6KIIY/>

²⁹ Deporte Municipal. (2023, julio 7). Descubre el Deporte más Popular del Mundo en Chile. *Deporte Municipal*. <https://deportemunicipal.cl/deporte-mas-popular-del-mundo/>

su carrera deportiva, Hernández ha tenido que equilibrar sus entrenamientos y competencias con su trabajo de psicóloga³⁰.

Por otro lado, existen únicamente dos medios de información dedicados a la natación chilena. Swimchile, que contiene la plataforma web y un perfil de Instagram, junto a Revista Pista Uno, que se conforma con el perfil de Instagram.

Por lo tanto, este proyecto entiende la necesidad de la creación de un medio digital multiplataforma, capaz de generar contenido multimedia, para así, impulsar el desarrollo de la natación nacional.

2.5.1 Impacto del Proyecto

Agua Pasión busca tener un impacto positivo en el interés hacia la natación nacional. Este proyecto se sustenta en la idea de transmitir dos factores: valores y formato.

En base al primer factor, es necesario que los usuarios se den cuenta que Agua Pasión tiene el compromiso de apoyar a los nadadores y nadadoras de todo Chile, sean o no de nivel profesional, así como contribuir con el avance de este deporte, denunciando y difundiendo las problemáticas existentes dentro del mismo.

En cuanto al formato, se aclara que el medio tiene un carácter digital multimedia, con presencia en un sitio web y diferentes redes sociales.

De esta manera, el usuario encuentra un contenido diverso, que se presenta de diversas formas y por distintos canales de entrada que se relacionan entre sí, logrando que este pueda tener una experiencia completa sobre lo que es Agua Pasión.

2.5.2 Novedad del proyecto

Este proyecto multiplataforma se conforma en base a una página web oficial, aguapasionch.com, junto con un perfil de Instagram y en la red social Facebook. Además, Agua

³⁰ Siebert F. (2019, junio 24). Los deportistas tenemos que estar dispuestos a ayudar para que las generaciones que vengan cuenten con el apoyo que a nosotros nos faltó. Uchile.cl. <https://uchile.cl/noticias/154971/entrevista-a-barbara-herandez-nadadora-de-aguas-gelidas>

Pasión comparte y genera contenido en su canal de YouTube, contando con entrevistas exclusivas en formato podcast, alojado en la plataforma Spotify.

De esta manera se aprovecha las distintas formas de generar contenido, visual, escrito y audiovisual, para difundir e informar sobre la natación chilena.

A diferencia de los otros medios anteriormente nombrados, los cuales no están presentes en más de dos plataformas.

2.5.3 Motivación del grupo

Las motivaciones personales del grupo que llevaron a la creación de Agua Pasión surgen de la experiencia personal y el interés por el periodismo deportivo.

En un inicio, Agua Pasión nació a inicios de 2019 como un blog de Facebook para poder ejercitar la escritura mediante textos sobre natación. Estos textos eran historias personales, ficticias, o simplemente reflexiones. En el año 2020, con el contexto pandémico, se creó el perfil de Instagram y un canal de YouTube de Agua Pasión, con el fin de poner en práctica lo enseñado en ramos audiovisuales de la carrera de periodismo. En esa línea, el memorista, Antonio Sotelo, también usó los perfiles de las redes sociales de Agua Pasión para poner en práctica lo aprendido en un curso de Estrategias en Redes Sociales del Instituto de Periodismo Rosario.

Con los contenidos subidos hasta 2020, se consiguió:

- Página de Facebook supera los 6 mil seguidores
- Perfil de Instagram con alrededor de 350 seguidores
- Canal de Youtube con más de 10 mil reproducciones

A lo anterior se suma que, el memorista, Antonio Sotelo, realizó dos reportajes escritos para ramos de la universidad. El primero en 2019 sobre irregularidades en la Federación Chilena de Deportes Acuáticos y el segundo sobre la salud mental en deportistas de alto rendimiento. En el desarrollo de ambos trabajos, al hacer un mapeo de fuentes, se hizo notoria la falta de cobertura por parte de los medios de comunicación a estos temas.

Debido al gran recibimiento del público con el contenido generado en todas las plataformas de Agua Pasión, y la poca cobertura de medios chilenos sobre deportes acuáticos, se pensó que

generar un tipo de contenido periodístico, con enfoque en la escena chilena de natación, sería un proyecto sustentable y con valor para el público objetivo.

2.5.4 Problemas que tuvimos

- Lugares para entrevistas:

Al no contar con un espacio propio para realizar las entrevistas audiovisuales, cada vez que coordinamos un horario con algún deportista o entrenador, debemos buscar algún lugar que tenga que ver con el tono de la entrevista, lo cual no siempre se logró. Por ejemplo, la entrevista realizada a Rodrigo Bañados, *Head Coach* de la selección nacional de natación clásica, se realizó en el hall de recepción del Campo Deportivo Juan Gómez Millas.

- Tiempos de los deportistas para entrevistas:

Los deportistas entrevistados por Agua Pasión pertenecen al alto rendimiento. Esto significa que la mayoría del tiempo están entrenando o descansando. En ese sentido, fue difícil poder encontrar un horario en el cual pudiéramos encontrarlos libres para poder realizar una entrevista.

- Colaboraciones de usuarios: botón de “cuéntanos tu historia”:

Como intento de acercarse a la comunidad de Agua Pasión, se ideó la posibilidad de que los usuarios pudieran colaborar con ideas, sugerencias e incluso textos para el medio. Para esto integramos un botón en el sitio web con el título de “cuéntanos tu historia” en el que, al entrar, se encuentra un formulario para que cualquier persona pueda participar. Sin embargo, no tuvo el recibimiento esperado. A pesar de que la sección “cuéntanos tu historia” ha tenido visitas, nadie ha rellenado el formulario

- Acreditación Juegos Panamericanos:

Durante marzo y abril del presente año, la organización de Santiago 2023 realizó el proceso de acreditación de prensa para los Juegos Panamericanos. Para postular había que tener un medio de comunicación con rut propio y demás documentos que Agua Pasión no contaba en el momento. Aunque se postuló de igual forma, no logramos avanzar en el proceso de acreditación. Debido a esto, los memoristas tuvieron que adquirir entradas para poder ver y generar material de las competencias de natación clásica en Santiago 2023.

3. Metodología y desarrollo del proyecto

Para el desarrollo de este medio digital se ideó una serie de objetivos *SMART* diseñados para ser medibles, logrables en un determinado tiempo y están directamente relacionados con nuestros objetivos principales y estrategias de comunicación. Estos son:

- Alcanzar los 1000 seguidores en Instagram durante el período en que se lleven a cabo los Juegos Panamericanos Santiago 2023. Para lograr esto es necesario generar contenido de manera constante, ordenada y que pueda relacionarse y complementarse entre las diversas plataformas del medio.
- Ser mencionado al menos 20 veces por instituciones oficiales, medios y deportistas durante los meses de septiembre, octubre y noviembre, con el fin de que las mismas autoridades y atletas nos den visibilidad, dando a entender de manera simbólica que Agua Pasión es un medio serio y confiable. Las entrevistas, noticias de competiciones y difusión de comunicados ayudarán a cumplir esta meta.
- Finalmente, incrementar la participación activa de la comunidad de nadadores, entrenadores y aficionados en Chile a través de nuestro medio digital multiplataforma, hasta lograr llegar a un total de 200 visitantes mínimo por mes en nuestro sitio web. Esto en un plazo de seis meses (contando desde abril) a partir de colaboraciones con al menos dos nadadores/as o entrenadores/as, obteniendo contenido exclusivo y de valor para el público.

3.1 Design Thinking: Diseño UX

El *Design Thinking* es una metodología de resolución de problemas señalados por los *stakeholders* a través de una encuesta o formulario de preguntas. Esto se aplica con la intención de empatizar con el público y así, conocer cuáles son sus necesidades inmediatas, las cuales no han podido ser cubiertas por la competencia.³¹

³¹ Laoyan, S. (2022, noviembre 15). Qué es Design Thinking y cómo aplicarlo [2022] • Asana <https://asana.com/es/resources/design-thinking-process>

De esta manera, se plantea una estrategia para complementar las diversas plataformas que conforman Agua Pasión, teniendo en cuenta el uso y tiempo que los usuarios le dedican a cada una, qué es lo que buscan del medio y de qué manera quieren recibir el contenido generado.

3.1.1 Experiencia de Usuario

Para el desarrollo de las redes sociales y página web se utilizan dos criterios que definirán el funcionamiento del sitio, el criterio de accesibilidad y el de usabilidad. Los cuáles, según Serrano Mascaraque (2009)³², son conceptos que se correlacionan, y son complementarios entre sí.

Mascaraque define a la accesibilidad como el criterio utilizado para definir la capacidad universal de entrada a una página web o aplicación, mientras que a la usabilidad se la ve como la capacidad de mejorar la experiencia del usuario al utilizar las plataformas ofrecidas.

Por lo tanto, se entiende que el *Design Thinking* debe estar centrado en el usuario, es decir, que el diseño del sitio web y sus conexiones a otras plataformas deben estar acomodadas de tal manera que cuando los usuarios accedan a los diferentes medios de Agua Pasión, puedan obtener la mejor experiencia posible.

3.1.2 Accesibilidad

Agua Pasión es un medio digital multiplataforma, por lo que al hablar de accesibilidad, es necesario entenderla como una accesibilidad de carácter netamente digital. La Organización Internacional de Normalización (ISO) define el concepto de accesibilidad a través de la norma ISO 24552:2020, “*Ergonomía — Diseño accesible — Accesibilidad de la información presentada en pantallas de productos de consumo pequeño*” (2020)³³ como “la medida en que

³² Serrano Mascaraque, E. (2009). Accesibilidad vs usabilidad web: evaluación y correlación. Investigación bibliotecológica, 23(48), 61-103. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2009000200004&script=sci_arttext

³³ Organización Internacional de Normalización. (2018). Ergonomía — Diseño accesible — Accesibilidad de la información presentada en pantallas de productos de consumo pequeño (ISO 24552:2020). <https://www.iso.org/standard/73276.html>

los productos, sistemas, servicios, entornos e instalaciones pueden ser utilizados por personas de una población con la gama más amplia de necesidades, características y capacidades de usuario para lograr objetivos identificados en contextos de uso identificados”.

Por ende, el acceso a Internet es necesario para utilizar los servicios que ofrece Agua Pasión.

En 2022, el *Consejo Políticos de Infraestructura* indicó que según el proyecto “Competencias, demanda por capacitación y búsqueda de empleo en un mercado laboral en recuperación”, liderado por el Centro UC de Encuestas y Estudios Longitudinales para el OTIC de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC)³⁴, el porcentaje de personas que poseen acceso a Internet se elevó hasta el 89, 2 % del país.

Además, cabe destacar que se puede acceder a las diversas plataformas del medio a través de un dispositivo móvil. Un artículo de *HN Datacenter Chile* (2018)³⁵ indica que a través de un estudio de interacción digital global lanzado por la agencia We Are Social, en conjunto con Hootsuite, la forma de acceder a internet a través de móviles, tiene una representación del 141% de la población, un promedio de 1,4 dispositivos móviles por persona, siendo 25,54 millones de conexiones. Por lo que se puede concluir que el proyecto es accesible a la gran mayoría de las personas en Chile.

Por otro lado, se encuentra el acceso al contenido publicado en redes sociales, lo cual es importante debido a que complementan y apoyan de manera constante la actividad del sitio web. Según el “Digital Global Overview Report 2022” (2022)³⁶, quienes realizaron el proyecto anteriormente mencionado, existen 17.85 millones de usuarios de redes sociales en Chile. Por lo que una amplia gama de la población nacional tiene la posibilidad de acceder al contenido generado por el medio.

³⁴ Hidalgo, C. (2022, octubre 14). Chile online: conexión a Internet sube y alcanza casi al 90% de los hogares. CPI; Infraestructura Pública. 15 <https://www.infraestructurapublica.cl/chile-online-conexion-a-internet-sube-y-alcanza-casi-al-90-de-los-hogares/>

³⁵ Contenidos, H. N. (2018, diciembre 5). Estudio arrojó que existen 14,8 millones de usuarios de Internet en Chile. Hosting Rápido con cPanel y certificado SSL en Chile | HN Datacenter.

³⁶ We Are Social y HootSuite. (15 de febrero de 2022). DIGITAL 2022: CHILE. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=chile>

3.1.3 Usabilidad

En este caso, se analizará únicamente al sitio web. Esto se debe a que no se puede interferir con el wireframe o diseño de página entregado por las redes sociales o plataformas.

De acuerdo a la norma ISO 9241-11 , el término usabilidad se define como el grado con el que un producto puede ser usado por usuarios específicos para alcanzar objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción, en un contexto de uso específico (2018) ³⁷.

3.1.4 Estética y diseño

El sitio web tiene un diseño simple, donde al clicar en <https://aguapasionch.com/> aparecen las últimas notas publicadas, junto con sus respectivos titulares, bajadas y fechas. Además, las diferentes secciones del sitio se encuentran disponibles arriba de las notas. Por lo tanto, con el hecho de acceder al sitio web es posible entrar a todas las publicaciones de Agua Pasión.

En el caso de ingresar a través de un dispositivo móvil (celular), el diseño de la página es prácticamente el mismo, salvo que las últimas notas se encuentran ordenadas de a una y en columna de arriba hacia abajo. Además, para acceder al resto de las publicaciones, sólo hay que clicar en el mismo espacio que la página web, y aparecerán las distintas secciones disponibles en el medio.

3.1.5 Control por parte del usuario

El contenido dispuesto está ordenado de forma clara y sencilla, con una letra distinguible y fácilmente legible. Por otra parte, al entrar al sitio web se pueden encontrar 2 botones tanto en la parte superior como inferior de la ventana. Del primero ya se habló, se trata del botón “Cuéntanos tu historia”, que tiene el objetivo de que los usuarios interactúen con el medio y se sientan parte de una comunidad en crecimiento.

³⁷ Organización Internacional de Normalización. (2018) . Ergonomía de la interacción persona-sistema — Parte 11: Usabilidad: Definiciones y conceptos (ISO 9241-11). <https://www.iso.org/standard/63500.html>

En el caso del que se encuentra al final de la página en la esquina inferior izquierda, se trata del botón buscar, y junta a él un cuadro de texto, lo que permite al usuario encontrar contenido específico redactando lo que busca.

Al lado de este botón en la esquina inferior derecha, se puede visualizar, nuevamente, los links de acceso a las diversas plataformas que ofrece Agua Pasión.

No se realizó un Test de Usabilidad para este proyecto

3.2 Benchmark

Para poder situar a Agua Pasión como un medio digital, primero debemos analizar a nuestros posibles competidores y cómo operan en su respectivo escenario.

El benchmark, según Cristia Cárdena³⁸ se define como:

Un proceso de evaluación de productos, servicios y procesos entre organizaciones, mediante el cual una de ellas analiza cómo otra realiza una función específica para igualarla o mejorarla. La aplicación de esta técnica permite a las organizaciones alcanzar mayor calidad en sus productos, servicios y procesos, a partir de la cooperación, colaboración y el intercambio de información. Su objetivo es corregir errores e identificar oportunidades, para aprender a solucionar problemas y tomar decisiones según los patrones de los líderes.

En esa línea, Boxwell RJ³⁹ afirma que existen varios tipos de benchmarking y los define en función de su objetivo. Para objeto de nuestro proyecto utilizaremos la definición de benchmarking competitivo, el cual se destaca por mediar funciones, procesos, actividades,

³⁸ Cárdenas Cristia, Arianne. (2006). El benchmarking como herramienta de evaluación. *ACIMED*, 14(4) Recuperado en 14 de noviembre de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000400015&lng=es&tlng=es.

³⁹ Boxwell RJ. Benchmarking para competir con ventaja. Madrid: McGraw Hill, 1994. p.26-29

productos y servicios en comparación con los de sus competidores y mejorar los propios, de forma que sean superiores a los de sus competidores.

En conclusión, los objetivos de este proyecto para realizar un correcto benchmarking son:

- Saber dónde y con quién competimos realmente
- Identificar oportunidades de mejoras
- Detectar elementos en los que diferenciarnos

a) Competidores clave

En base a la temática de nuestra web, los competidores directos de Agua Pasión serían el medio digital Swim Chile, quienes hacen cobertura del circuito nacional de natación clásica y Fechida, que, además de ser la federación reguladora de los deportes acuáticos en Chile, posee su web y redes sociales en donde informa hitos relevantes sobre la natación chilena. Por otro lado, de manera indirecta encontramos a Pista Uno, quienes solo hacen cobertura del circuito master de la natación clásica nacional (25 años y más), y a Latinoamérica Swim Channel, quienes son un medio internacional y que de vez en cuando hacen coberturas de torneos de natación clásica en Chile.

b) Análisis de la competencia

1. Swim Chile

Marca, negocio o proyecto	Swim Chile es un medio digital que entrega noticias del mundo de la natación en Chile. Pertenece al grupo TriChile, quienes poseen medios digitales sobre ciclismo, running y triatlón.
Diseño corporativo	Los colores que utilizan en su logotipo, plantilla y plataformas digitales son blanco, rojo y azul, haciendo referencia a

	<p>la bandera chilena. Estos mismos colores son utilizados en las plantillas de sus publicaciones.</p>
<p>Imágenes</p>	<p>Usan imágenes profesionales de terceros, dando los respectivos créditos. En algunas imágenes utilizan una plantilla con sus colores de marca. Utilizan las mismas imágenes para Instagram, Facebook y su sitio web.</p>
<p>Multimedia</p>	<p>El contenido multimedia de Swim Chile puede dividirse en dos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Contenido propio: El cual solo se dio para Santiago 2023, en donde realizaron entrevistas a cinco nadadores nacionales que participaron en los JJ.PP y grabaciones de algunas carreras desde la tribuna. b) Contenido de terceros: Entrevistas a deportistas sacadas de otros medios de comunicación y publicidad de sus auspiciadores.
<p>Contenidos</p>	<p>Los contenidos de Swim Chile abarcan coberturas de competencias en Chile, tanto de natación clásica como de natación de aguas abiertas. En ese sentido, no se encuentra mayor profundidad en estas coberturas, sino que solo se limitan a informar los hitos importantes de cada torneo. Solo para los Juegos Panamericanos realizaron</p>

	<p>entrevistas cortas a los nadadores chilenos que participaron de la competencia.</p> <p>Los contenidos que suben a sus redes sociales y la web son idénticos en cuanto a fotos y textos. No se diferencian uno del otro sin importar la red social.</p>
Interacción con la comunidad	No se ve interacción con su comunidad en redes sociales.

	Datos
Instagram	<p>Seguidores: 6.326</p> <p>Total de publicaciones: 1.138</p> <p>Publicaciones el último mes (octubre): 36</p>
Facebook	<p>Seguidores: 2.800</p> <p>Publicaciones el último mes (octubre): 36</p>
Sitio web	<p>Publicaciones el último mes (octubre): 27</p> <p>Tráfico orgánico el último mes* (octubre): 1.600 aproximadamente</p>

*Según el sitio Semrush.com

2. Fechida.cl

Marca, negocio o proyecto	<p>La Federación Chilena de Deportes Acuáticos, además de cumplir con su rol regulador, cuenta con su sitio web y presencia en Instagram y Facebook, en dónde comparten los hitos más importantes del circuito nacional de</p>
---------------------------	--

	natación clásica.
Diseño corporativo	Su logotipo está compuesto de los colores rojo, azul, gris y blanco. Además de usar su logotipo en la mayoría de las publicaciones, también utilizan color morado con fucsia en publicaciones con plantillas.
Imágenes	Usan imágenes propias para Instagram, Facebook y sitio web. En las tres redes sociales se suben las mismas imágenes.
Multimedia	<p>Dentro del contenido que publica la federación, se pueden distinguir tres plantillas que se usan en diferentes situaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Inscripciones a torneos organizados por Fechida b) Noticias c) Récords nacionales <p>Las tres plantillas tienen en común el diseño corporativo expuesto anteriormente</p>
Contenidos	Los contenidos que la federación sube a sus distintos canales de comunicación tienen que ver con resultados en torneos de los distintos deportes que regulan. Además, informan sobre nuevos auspiciadores, alianzas o convenios en los que incurra la federación. Por último,

	suben contenido referente a los jueces y entrenadores nacionales de cada deporte, como nominaciones a torneos internacionales.
Interacción con la comunidad	Responden a dudas y en Instagram comparten contenido en el que se les etiqueta.

	Datos
Instagram	Seguidores: 14.000 Total de publicaciones: 1.652 Publicaciones el último mes (octubre): 68
Facebook	Seguidores: 5.100 Publicaciones el último mes (octubre): 68
Sitio web	Publicaciones el último mes (octubre): 11 Tráfico orgánico el último mes* (octubre): 929

*Según el sitio Semrush.com

3. Pista Uno

Marca, negocio o proyecto	Asociados a la Federación Chilena Master de Natación (FCHMN), Pista Uno busca informar a quienes estén interesados en el circuito master de natación clásica, en el que participan deportistas desde los 25 años de edad en adelante.
Diseño corporativo	Su logotipo y paleta de colores se compone con colores azul, celeste, verde

	y blanco.
Imágenes	Las imágenes que Pista Uno utiliza en su medio digital son proporcionadas por colaboradores, a quienes siempre se les da crédito
Multimedia	Los contenidos multimedia de Pista Uno son entrevistas en video con deportistas y entrenadores del circuito master de natación chilena. El diseño de los videos son similares a como se ven las reuniones en plataformas Zoom.
Contenidos	Los contenidos que pueden verse en el medio digital Pista Uno son: <ul style="list-style-type: none"> ● Récorde nacionales de la FCHMN ● Entrevistas a nadadores y entrenadores ● Convocatorias a competencias del circuito master ● Sorteos ● Resultados de competencias
Interacción con la comunidad	Aparte de contestar comentarios en sus redes sociales, Pista Uno genera instancias para tener interacción con la comunidad, como las entrevistas con deportistas que participan en el circuito de la FCHMN. También, realizan sorteos en los que, para participar, se debe comentar y compartir publicaciones del medio.

	Datos
Instagram	Seguidores: 2.536 Total de publicaciones: 563 Publicaciones el último mes (octubre): 29
Facebook	Seguidores: 575 Publicaciones el último mes (octubre): 30
Sitio web	Publicaciones el último mes(octubre): 0 Tráfico orgánico el último mes*(octubre): 0

*Según el sitio Semrush.com

4. Latinoamérica Swim Channel

Marca, negocio o proyecto	Swim Channel es un medio digital brasileño, el cual cubre el circuito de natación clásica y aguas abiertas de Portugal y Brasil. El medio posee un portal que se denomina “Latinoamérica Swim Channel” el cual realiza coberturas sobre los hitos más importantes de la natación clásica a nivel latinoamericano. Por motivos de Benchmarking, solo analizaremos Latinoamérica Swim Channel
Diseño corporativo	La paleta de colores de este medio está compuesta por los colores rojo, azul y blanco. Estos varían ya sea en el logo del medio, la plantilla utilizada o el tipo de publicación.

Imágenes	Las imágenes que utiliza este medio son, en su mayoría, de terceros. Al realizar coberturas de los torneos internacionales más importantes a nivel continental, utilizan las imágenes oficiales de los campeonatos, dando los créditos correspondientes.
Multimedia	El contenido multimedia que utiliza este medio es solamente de material de archivo de transmisiones oficiales de diferentes torneos.
Contenidos	<p>El contenido que posee Swim Channel Latinoamérica puede dividirse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Videos de carreras ● Fotos y/o videos de premiaciones ● Fotos de deportistas en competencia ● Resultados, medalleros, récords y programaciones de competencias. <p>Este último punto es en el que se puede ver fuertemente plasmado la identidad del medio digital. Esto porque utilizan plantillas propias, con la paleta de colores que los representa como medio.</p>
Interacción con la comunidad	El medio digital responde constantemente a los comentarios en sus publicaciones en redes sociales, lo que hace ver a Swim Channel Latinoamérica, como un medio que se preocupa de

	generar comunidad con sus seguidores.
--	---------------------------------------

	Datos
Instagram	Seguidores: 28.100 Total de publicaciones: 3.495 Publicaciones el último mes (octubre): 155
Facebook	Seguidores: 305 Publicaciones el último mes (octubre): 0
Sitio web	Publicaciones el último mes (octubre): 11 Tráfico orgánico el último mes* (octubre): 93

*Según el sitio Semrush.com

c) Conclusiones

- La mayoría de medios de comunicación digital utilizan sus perfiles de Instagram y Facebook para publicar el mismo contenido en las mismas fechas.
- De la competencia analizada, el medio con más seguidores (Swim Channel Latinoamérica), tiene como particularidad que solo mantiene activo su perfil de Instagram y se centra en plasmar su identidad como medio solo en el contenido referente a resultados y programación de torneos.
- El centrarnos solo en natación clásica chilena, referente a la federación, hace que podamos generar contenido de mayor profundidad sobre este tópico.
- Solo hay un medio de comunicación digital (Swim Chile) que hace coberturas de natación clásica referente a Fehida. En esa línea, como Agua Pasión, podemos destacar en la frecuencia y profundidad del contenido a realizar.
- Utilizar la identidad del medio en plantillas, imágenes y videos, fortalece la imagen de la marca. Además, si algún usuario comparte el contenido de Agua Pasión, también se está compartiendo la identidad del medio.

- Se valora el contenido multimedia de producción propia. Ya sean entrevistas o grabaciones de competencias, este contenido va directamente ligado con la interacción que se tiene con la comunidad, ya que son los mismos deportistas, entrenadores y/o clubes quienes comparten el contenido, lo que provoca que se logró llegar al público objetivo de forma sencilla y orgánica.

3.3 Usuario arquetipo

Conocer a nuestro público es la base del diseño estratégico de cualquier proyecto de comunicación o periodismo digital. En relación con eso, es que decidimos realizar entrevistas a posibles usuarios de Agua Pasión para definir qué necesitan o esperan del proyecto. Esto nos permitirá conocer y analizar a quiénes se beneficiarán con nuestra propuesta. Además, podremos capturar señales de sus expectativas, necesidades, motivaciones, hábitos, problemas y cualquier otro punto crítico.

En esa línea, con los resultados, conoceremos a nuestro público objetivo y a su vez validamos el objetivo del proyecto.

Para obtener un paneo lo más completo posible, incluimos 19 preguntas en la entrevista, las cuales nos permitieron saber de nuestro público: cómo se relaciona con las redes sociales, rango etario, como se relaciona con la natación y lo que le gustaría ver en un medio digital de natación.

Las preguntas realizadas fueron las siguientes:

<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo te relacionas con la natación? 2. ¿Qué edad tienes? 3. ¿Qué red social utilizas más? 4. ¿En qué momento del día revisas más tus redes sociales? 5. ¿Crees que es suficiente la cobertura 	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido respecto a los Juegos Panamericanos Santiago 2023? 12. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido recomendando implementos, trajes de baño,
---	---

<p>periodística actual respecto a la natación chilena?</p> <p>6. ¿Cada cuánto consumes noticias y/o contenido respecto a natación chilena?</p> <p>7. ¿Cuál de los siguientes formatos te acomoda más para consumir contenido?</p> <p>8. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido de entrevistas a nadadores, entrenadores, etc?</p> <p>9. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido que cubra las competencias de la temporada?</p> <p>10. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido con perfiles de clubes nacionales?</p>	<p>alimentación, etc?</p> <p>13. ¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido de ocio sobre natación?</p> <p>14. ¿Cuántos nadadores/as destacados a nivel nacional crees que conoces?</p> <p>15. ¿Te interesaría que se generaran perfiles de estos nadadores/as?</p> <p>16. ¿Sabías que, en Chile, además del circuito federado, existe un circuito universitario?</p> <p>17. ¿Te interesaría la cobertura de este circuito?</p> <p>18. Como lector, ¿Te gustaría tener contacto con editores de nuestro medio, para colaborar con el contenido del sitio web de manera desinteresada?</p>
---	---

Las preguntas fueron colocadas en un documento de Google Forms, en donde las personas podían contestar de forma online, asociados a alguna cuenta de correo, lo que permitía que una persona no pudiera contestar dos veces. Entre el 19 y 22 de abril se acumularon 373 respuestas (revisar anexo p.92), lo que nos llevó a realizar las siguientes acciones:

- Identificamos las variables que sintetizarán los comportamientos y patrones promedio de los entrevistados.
- Ubicamos el comportamiento de cada entrevistado con respecto a cada variable
- Creamos la ficha de usuario arquetipo a partir de los patrones de comportamiento promedio de los usuarios que identificamos en el mapeo de las entrevistas

En base a lo anterior, la ficha de usuario arquetipo quedó de la siguiente manera:



Imágen generada por Agua Pasión

Luego de todo el proceso de análisis, desde Agua Pasión pudimos definir los lineamientos básicos que guiarán el proyecto a lo largo de su desarrollo. En esa línea podemos definir objetivos, público objetivo y nuestra identidad editorial y visual.

3.3.1 Público Objetivo

Agua pasión busca llegar a un público que practique natación de manera recreativa o competitiva en Chile. Además, se suma el público que se interese por el mundo de la natación nacional sin necesidad de practicar el deporte, tales como, apoderados, familiares y amigos de nadadores y nadadoras. En esa línea, el medio se dirige principalmente a las personas que estén involucradas en la natación chilena, sin importar su edad o género.

Teniendo esto en cuenta, fuimos en busca de las principales necesidades de nuestro público objetivo. Para ello, como se mencionó anteriormente, el equipo de Agua Pasión generó una encuesta en *Google Forms*. Después, con la finalidad de saber que necesidades tiene nuestro público objetivo, se pidió a diferentes entrenadores de natación clásica que la difundieran en sus respectivos clubes para ser contestada. Luego de 373 respuestas, llegamos a la conclusión

de que la principal necesidad es que haya disponible, de forma constante, contenido contingente sobre natación chilena.

¿Crees que es suficiente la cobertura periodística actual respecto a la natación chilena?

373 respuestas

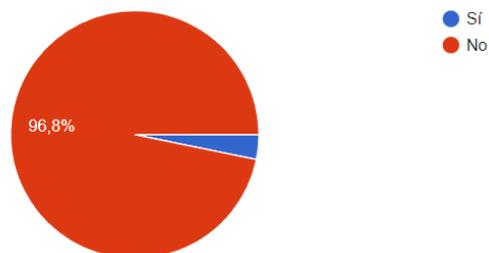


Imagen elaborada por Agua Pasión

3.4 Objetivos

- Objetivo General

Establecer y mantener un medio digital de alta calidad dedicado a la promoción, difusión y desarrollo de la natación en Chile, que sirva como una fuente confiable de información, recursos y comunidad para nadadores, entrenadores, aficionados y todas las partes interesadas en este deporte.

- Objetivos Específicos/secundarios

a. Generar y fomentar un espacio digital informativo a través de distintas redes sociales, con base principal en un sitio web de carácter multimedia, para el público que practique, consuma o desee consumir contenido referente a la natación chilena.

b. Generar contenido multimedia atractivo y dinámico en base a competencias nacionales, nadadores y campeonatos universitarios con el motivo de visibilizar y fomentar el deporte de la natación nacional, así como la figura de los mismos competidores.

3.5 Identidad

Quiénes Somos

Agua Pasión es un medio independiente enfocado en la cobertura y fomento de la natación nacional. Creemos tanto en el deporte competitivo y recreacional, así como en los beneficios que trae la natación al desarrollo humano y social. Por lo que reconocemos la necesidad de apoyar y promover la natación chilena.

Misión

Agua Pasión busca proporcionar un medio digital, multiplataforma, que sea un punto de encuentro para la comunidad acuática y donde los usuarios se puedan informar sobre la actualidad de la natación en Chile.

Visión

Convertirnos en el medio de comunicación principal sobre natación chilena, generando y fomentando un espacio digital en diversas plataformas para difundir y promover el deporte en sí, disminuyendo en la medida de lo posible el vacío de información que existe respecto a la natación clásica chilena.

Línea Editorial

Agua Pasión es un medio digital que busca informar sobre la natación nacional a través de la creación de contenido multimedia. Enfocado en contribuir al crecimiento y desarrollo de la natación en Chile, ya sea informando sobre distintos eventos competitivos o denunciando situaciones de precariedad, faltas de condiciones para competir y/o diversos problemas que puedan afectar a las y los nadadores.

3.5.1 Identidad Visual

Logotipo

Esta es la cara del proyecto, la imagen por la cual los usuarios y público en general reconocerán a Agua Pasión como un medio digital dedicado a la natación chilena. Utilizamos principalmente los colores “#0c94ec “, “#050708”, “c9cbcd” y “#d9dbdd”, según la plataforma de diseño gráfico Canva. En él, encontramos la iniciales **AP** y bajo ellas el nombre de este medio y más abajo el Isotipo, compuesto por una gorra de látex y antiparras, elementos claves para practicar natación.



Imagen elaborada por Agua Pasión

Favicon

Esta es la imagen que utilizaremos en las redes sociales del proyecto, las cuáles incluye plataformas como Facebook, YouTube e Instagram. Contiene estos 3 colores #0c94ec “, “#050708”, “c9cbcd” y se diferencia principalmente en que dentro del marco se encuentran sólo las iniciales **AP**.



Imagen elaborada por Agua Pasión

Paleta de colores:

Este es el total de 8 colores que se utilizan entre los distintos diseños de imagen del medio junto con la página web y las fotos publicadas tanto en redes sociales como en las notas de la plataforma principal.

#c9cbcd	#050708	#49565f
#2f6585	#0c94ec	#0cacfc
#0482ce	#043c64	

Utilizamos colores fuertes que se contrasten bien con el azul, color presente en los mares, océanos y específicamente en las piscinas donde se practica natación. Además, este color se relaciona tradicionalmente con el deporte y la energía física, ámbitos y características que trata de transmitir este proyecto.

Fuentes Utilizadas

Para la creación de los diseños del logotipo y favicon se utilizó la fuente “*ZionTrain Pro Stencil Bold*”. Este tipo de letra está presente tanto en las iniciales AP como en el nombre, este último se encuentra sólo en el logo. Las iniciales se caracterizan por estar ambas en mayúscula y ser

de un gran tamaño, en contraste, el nombre Agua Pasión aparece como un subtítulo bajo las iniciales, escrito de manera correcta.

3.6 Plataformas utilizadas

Tal como se mencionó antes, Agua Pasión es un medio multiplataforma, es decir, que se utilizan distintos canales para difundir información. En ese sentido, la plataforma principal es el sitio web: aguapasionch.com, en donde se podrá encontrar todo el contenido producido.

El sitio web se encuentra alojado en Wordpress, ya que es sencillo de usar y no requiere conocimientos de informática y programación para administrarlo y poder agregar entradas cuando se desee. En ese sentido, el sitio web cuenta con el diseño de pago “Skatepark”.

El sitio web se complementa a través de las redes sociales de Agua Pasión, las cuales son: Instagram, Facebook y YouTube. En ellas, se difunde el contenido publicado en el sitio web y es de gran ayuda para guiar el tráfico hasta ahí.

A las redes sociales ya nombradas se suma Spotify. Esta tiene una función distinta a las otras redes, ya que se difunde contenido exclusivo a través de esta. Esto es, entrevistas a entrenadores y/o nadadores contingentes en la natación nacional.

Debido a la gran cantidad de eventos deportivos en natación, se eligió el sitio web como plataforma principal. Esto porque es una forma ordenada en la cual se pueden archivar y, por sobretodo, re-visitar el material difundido y creado. Las redes sociales de Instagram y Facebook se eligieron porque son las plataformas que más utiliza nuestro público objetivo. Por otro lado, Youtube se eligió ya que es la plataforma más famosa y más fácil de usar para alojar contenido audiovisual con alta calidad.

¿Cuál red social utilizas más?

373 respuestas

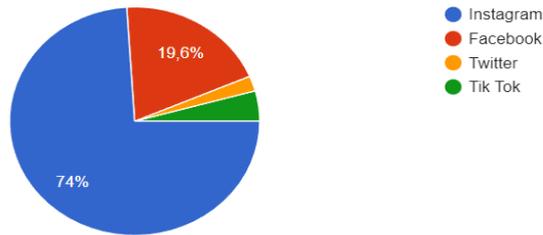


Imagen elaborada por Agua Pasión

En consideración con lo anterior, el contenido de nuestras plataformas se clasifica de la siguiente manera:

Plataformas	Tipo de Contenido	Contenido Asociado	Sitio en la Plataforma
Sitio Web	<ul style="list-style-type: none"> ● Escrito ● Audiovisual ● Auditivo ● Gráfico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevistas ● Noticias ● Reportajes ● Competencias ● Resultados ● Réconds Nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contenido en orden cronológico en la página de inicio ● Secciones de contenido divididos por temática
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> ● Gráfico ● Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicaciones que resuman y publiciten contenido nuevo y destacado en el sitio web. ● Historias que compartan contenido propio y 	<ul style="list-style-type: none"> ● Feed e historias destacadas ● Sección de reels e IGTV para contenido

		externo que de interés al público del medio durante 24 horas.	audiovisual
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> • Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas grabadas • Registros de competencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de YouTube Agua Pasión
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Gráfico • Audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> • Se repiten las publicaciones que se hacen en Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Muro del perfil Agua Pasión
Spotify	<ul style="list-style-type: none"> • Auditivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Se hacen entrevistas largas a nadadores o entrenadores contingentes de la natación chilena 	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil Chat Lane en Spotify

3.6.1 Sitio web

Como se mencionó antes, el sitio web aguapasionch.com es la plataforma principal de nuestro medio de comunicación, el cual, a su vez, se apoya en redes sociales.

En esa línea, el primer paso para armar el sitio web fue buscar una plantilla en Wordpress que se pareciera a nuestro wireframe. Al encontrarla, y diseñar el sitio durante dos meses, nos dimos cuenta que había que pagar por esta y a su vez, nos ofrecían el dominio aguapasionch.com

gratuito. En julio de 2023 pagamos por ambas cosas en Wordpress, dejando el sitio web operativo, junto con sus secciones y contenido.

Mapa de contenidos del sitio web

Para ordenar los contenidos del sitio web, se solicitó a diez posibles usuarios que ordenen los siguientes conceptos en categorías:

1. Multimedia	7. Podcast
2. Universitario	8. Noticias
3. Entrevistas	9. Récorde
4. Chilenos por el mundo	10. Santiago 2023
5. Galería de Fotos	11. Federadas
6. Entrenamientos	12. Competencias

En esa línea, el sitio web es la plataforma central donde se encuentra todo el contenido de diferentes tipos y formatos que genera Agua Pasión. El contenido, según los resultados del ejercicio con los usuarios (revisar anexo p.92), se dividió en dos ejes:

- Temática del contenido: Santiago 2023, competencias, noticias y entrevistas
- El tipo de formato:
 1. Escrito: Corresponde a todo el contenido escrito y publicado tanto en el sitio web como en las redes sociales de Agua Pasión
 2. Audiovisual: Corresponde a todo los contenidos en formato de video o audio los cuales se publican a través de YouTube y Spotify, para después ser publicados en el sitio web e Instagram

El contenido de la web se divide en base a estos dos ejes. Además, en el header del sitio web se encuentran iconos de las distintas redes sociales en donde se almacena y respalda el contenido producido por Agua Pasión.

Sección del sitio web	Contenido	Descripción	Formato	Fuentes	Recursos
Lo último/inicio	-Notas	Enfocado en las últimas novedades que vayan emergiendo de la escena acuática nacional	Escrito	Agua Pasión	Computador e internet
Santiago 2023	-Notas - Entrevistas	Temas enfocados en distintas aristas que puedan emanar desde los Juegos Panamericanos 2023	Escrito	-Agua Pasión -Invitados	Computador e internet
Competencias	Notas	Enfocado en informar los resultados de competencias nacionales e internacionales en donde estén participando chilenos	Escrito	-Agua Pasión - Organizadores de competencias	-Computador e internet -Aplicación Meet Mobile premium
AP LIVE	Entrevistas a nadadores y	Videos de mediana duración en los que se entrevista a deportistas o	Audiovisual	-Agua Pasión -Invitados	-Cámaras -Micrófonos

	entrenadores	entrenadores contingentes. Se suma el podcast Chat Lane, en donde también se realizan entrevistas al mismo perfil de personas			-Computador con acceso a internet -Adobe Premiere y Audition
Quiénes somos	Misión y visión	Se muestra la línea editorial del medio y sus objetivos	Escrito	Agua Pasión	Computador e internet

Wireframe

La división del contenido en el sitio web busca facilitar la navegación del usuario por los distintos contenidos que ofrece Agua Pasión.

Al entrar al sitio se encuentra un *header*, el cual incluye los botones de las redes sociales de Agua Pasión. Al hacer clic en ellos, lleva al usuario directamente a estas. Además, se ve un botón que dice “cuéntanos tu historia”. Al hacer clic en este, el usuario es llevado a un formulario, en donde puede colaborar con contenido para Agua Pasión. Por último, en el header se ven las distintas secciones que ofrece nuestro medio, en donde, al hacer clic en alguna, el usuario iría directo a la página en donde se encuentra todo el contenido referente a esa sección.

Por otro lado, luego del *header*, se encuentran las últimas entradas del sitio, dividido en páginas de seis entradas. Esto incentiva al usuario a revisar el contenido más reciente de la web, y al mismo tiempo acceder al tipo de contenido que más le interese, haciendo que la navegación por la web sea autónoma.

Para desarrollar el sitio web en su totalidad, todo lo anterior se definió previamente con la creación de un wireframe. El prototipo se realizó en la página Marvel App con el fin de

previsualizar y probar distintas distribuciones en el espacio que nos ofrece un sitio web, intentando que sea atractivo y fácil de usar para nuestro público objetivo.

En esa línea, el desarrollo del wireframe (revisar anexo p. 92), se planeó así:



Imagen elaborada por Agua Pasión

Lo cual, al traspasarlo a Wordpress se tradujo a esto:



Lo último



Universidad Católica se hace fuerte en casa y se corona campeón de la Copa Internacional UC

Revisa lo más destacado de la Copa Internacional UC, que tuvo la participación de clubes provenientes de Perú, Bolivia y Argentina

13 de noviembre de 2023



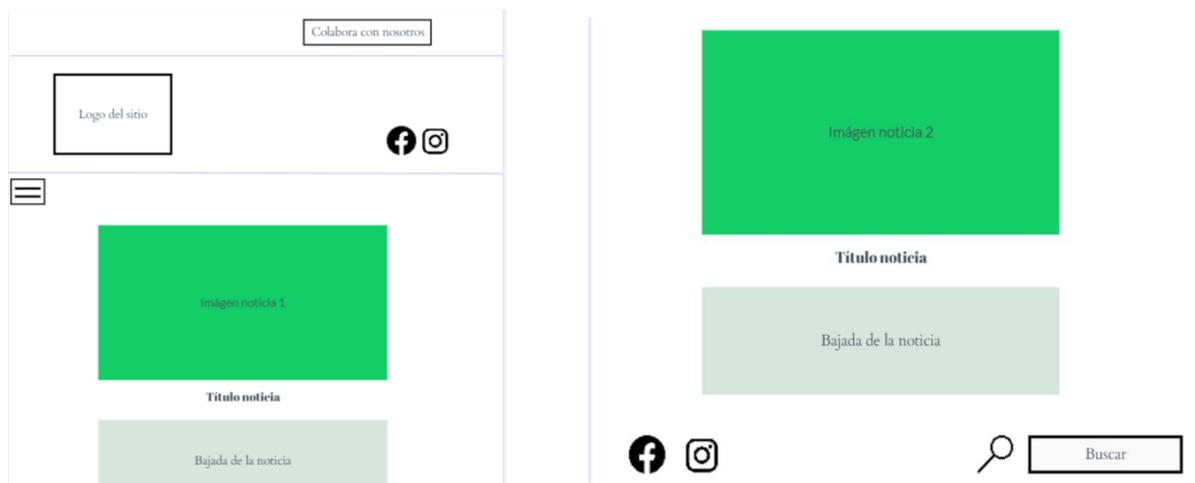
Kristel Köbrich y Medalla de Plata para la Natación Chilena

En el último día de competencias para la natación clásica en los Juegos Panamericanos Santiago 2023, la experimentada nadadora chilena, Kristel Köbrich, logró la única medalla para Chile. "La Cobra" realizó esta tremenda hazaña nada más ni nada menos que en su prueba favorita, los 1500 mts. Libre. Cronometrando un tiempo de 16:14.59, por sobre...

25 de octubre de 2023

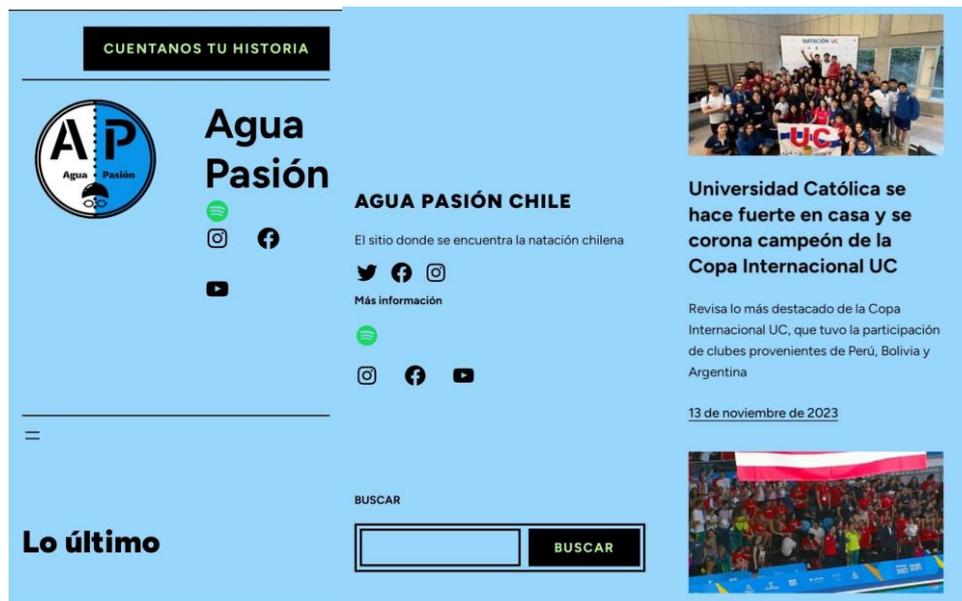
Imágenes elaborada por Agua Pasión

Por el lado del sitio web en teléfonos móviles, el wireframe se planeó de la siguiente forma:



Imágenes creadas por Agua Pasión

Lo anterior, al traspasarlo al sitio de Wordpress, dio como resultado lo siguiente:



Imágenes elaboradas por Agua Pasión

3.7 Formato periodístico

Agua Pasión, como ya se mencionó anteriormente, es un medio de carácter digital multiplataforma, con el fin de informar y generar contenido dirigido a un público objetivo con la intención de hacer crecer tanto al deporte en sí, como a la comunidad que lo construye.

Por lo tanto, se decidió utilizar 2 tipos de formato periodístico.

3.7.1 Tipos de formato periodístico

- **Medio de Comunicación Multiplataforma:**

Para el logro completo de los objetivos del proyecto, se crea una página web donde Agua Pasión busca generar un contenido dinámico para que sea complementado desde otras plataformas; diverso para que el usuario no se quede en la monotonía y pueda

consumir información presentada a través de diferentes formatos como entrevistas y noticias.

El carácter multiplataforma de este proyecto se evidencia con la presencia del medio en distintas redes sociales. Donde el contenido generado en la página web es replicado, difundido y complementado a través de estos canales, y algunas veces, publicado en un formato distinto. Por ejemplo, la nota que se realizó a Rodrigo Bañados, Head Coach del Team Chile de Natación, se encuentra como texto (abreviado) en la página web, y se presenta en formato audiovisual en YouTube e Instagram.

- **Comunidad:**

Parte de la estrategia comunicacional de este proyecto es generar tanto un espacio como un sentimiento de comunidad para quienes frecuenten Agua Pasión en sus diferentes plataformas.

Las redes sociales ofrecen un lugar no físico donde el público puede interactuar directamente con el medio, así como también puede hacerlo entre sí a través de las publicaciones realizadas. Esta ha sido la principal forma de contacto con los usuarios.

Por otro lado, la plataforma principal aguapasionch.com está realizada en Wordpress, lo cual permitió ofrecer un espacio donde los usuarios que visiten el sitio puedan contar sus experiencias, opiniones o comentarios sobre natación, así como dejar sugerencias para una optimización del sitio web. Para esto, se debe hacer click en el botón “*Cuéntanos tu historia*”. Estos textos son revisados y editados antes de publicarse.

3.8 Guías de contenido

El periodismo deportivo se ha caracterizado durante mucho tiempo como sexista y segregador hacia las colegas periodistas que se desempeñan en el rubro, como para el tratamiento periodístico del deporte femenino en sí ⁴⁰.

⁴⁰ Ramón X. (2019, mayo 22). Deporte femenino y periodismo deportivo: entre la invisibilidad y el sexismo. Fundación Gabo. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/blogs/deporte-femenino-y-periodismo-deportivo-entre-la-invisibilidad-y-el-sexismo>

Por lo tanto, se vuelve necesario el uso, análisis y aplicación de guías, manuales y textos para un correcto tratamiento periodístico del deporte con perspectiva de género.

Por otro lado, las maneras de comunicar en el ámbito deportivo muchas veces han transgredido la barrera informativa, resultando en críticas, opiniones y muchas veces faltas de respeto hacia los y las deportistas. Debido a esto, la salud mental se ha vuelto un tópico muy importante en el ámbito del deporte, por lo que se vuelve fundamental adoptar técnicas y guías que ayuden a no afectar la salud ni atentar con la vida del deportista⁴¹.

- **Un correcto tratamiento periodístico**

- 1. Proponen 10 recomendaciones para una cobertura deportiva responsable (2018)⁴²**

Son 10 propuestas desarrolladas por Xavier Ramón, periodista deportivo y profesor del Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, España), en un seminario web. Se tratan distintos puntos del ámbito deportivo, abarcando desde la funcionalidad del periodista deportivo hasta los distintos aspectos en la comunicación que se deberían adoptar.

Link:<https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/proponen-10-recomendaciones-para-una-cobertura-deportiva-responsable>

- **Comunicar desde una perspectiva de género**

- 1. Perspectiva de Género en el Periodismo Deportivo: Para una información deportiva libre de estereotipos (2021)⁴³**

⁴¹ Bleyan, V. (2021, febrero 16). Santiago "Morro" García: Depresión, Suicidio Y El Papel Del Periodismo Deportivo. Index Media. <https://indexmedia.com.ar/santiago-morro-garcia-depresion-suicidio-y-el-papel-del-periodismo-deportivo/>

⁴² Red Ética(2019, mayo 22). Proponen 10 recomendaciones para una cobertura deportiva responsable. Fundación Gabo. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/proponen-10-recomendaciones-para-una-cobertura-deportiva-responsable>

⁴³ ONU Mujeres. (2021). Perspectiva de Género en el Periodismo Deportivo: Para una información deportiva libre de estereotipos. ONU Mujeres. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/07/GUIA%20UVLO%20periodismo%20deportivo%20final%20WEB.pdf>

Este es un documento redactado por ONU Mujeres que sirve como guía para detectar los sesgos ,machistas y sexistas dentro del ámbito del periodismo deportivo. Además, entrega una serie de recomendaciones, desde la perspectiva de género, para combatir estas problemáticas que afectan a las mujeres tanto en el deporte como en el periodismo.

Link:<https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/07/GUIA%20UVLO%20periodismo%20deportivo%20final%20WEB.pdf>

2. Deporte femenino y periodismo deportivo: entre la invisibilidad y el sexismo (2018)⁴⁴

Nuevamente, el profesor Xavier Ramón entrega a través del sitio web, Red Ética, una serie de ejemplos donde se visibiliza la manera correcta e incorrecta de tratar y cubrir el deporte femenino. Dando detalles de cómo y cuándo se transgreden las barreras del sexismo.

Link:<https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/blogs/deporte-femenino-y-periodismo-deportivo-entre-la-invisibilidad-y-el-sexismo>

● Comunicación con el cuidado de la salud mental

1. Santiago “Morro” García: depresión, suicidio y el papel del periodismo deportivo (2021)⁴⁵

Este texto analiza detalladamente el caso del suicidio de Santiago Morro García, ex futbolista uruguayo que se desempeñaba en Godoy Cruz de Mendoza. Además, se visibilizan diversos factores de cómo el periodismo jugó un rol fundamental en la caída de la salubridad de los deportistas.

Link:<https://indexmedia.com.ar/santiago-morro-garcia-depresion-suicidio-y-el-papel-del-periodismo-deportivo/>

⁴⁴ Ramón X. (2019, mayo 22). Deporte femenino y periodismo deportivo: entre la invisibilidad y el sexismo. Fundación Gabo. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/blogs/deporte-femenino-y-periodismo-deportivo-entre-la-invisibilidad-y-el-sexismo>

⁴⁵ Bleyan, V. (2021, febrero 16). Santiago “Morro” García: Depresión, Suicidio Y El Papel Del Periodismo Deportivo. Index Media. <https://indexmedia.com.ar/santiago-morro-garcia-depresion-suicidio-y-el-papel-del-periodismo-deportivo/>

3.9 Redes Sociales

Agua Pasión cuenta con un fuerte apoyo en redes sociales a la hora de crear y difundir contenido con el público. Estas son un aliado perfecto, debido a que permiten publicar contenido en diferentes formatos, como audiovisual, solo audio, visual o escrito y al mismo tiempo permiten conectarlo con el sitio web. Por otro lado, estas son parte del uso diario en la vida del público al que apunta el medio, por lo cual es importante integrarlas como parte esencial del funcionamiento de nuestro medio de comunicación.

3.9.1 Uso de redes sociales

Agua Pasión cuenta con cuatro redes sociales. Todas con diferentes usos y objetivos, los cuales son clave en el correcto desarrollo del medio.

A. **Instagram**

Uso de la plataforma

Junto con el sitio web, Instagram es la plataforma principal a través de la que se comparte contenido. Según la encuesta para generar el perfil de usuario arquetipo (revisar anexo p. 92), de 373 encuestados, el 74% de personas utiliza más Instagram.

Aquí se hacen publicaciones sobre resultados de competencias, nóminas nacionales para torneos en el extranjero en los que participará Chile, adelantos de entrevistas que se alojan en nuestro canal de YouTube y fotos de preparación de la selección nacional en torneos internacionales. Además, se generan publicaciones en historias, en las que se busca:

1. Migrar audiencia desde la aplicación hasta la web mediante links.
2. Que nos compartan clubes, federaciones y/o deportistas en sus perfiles, mediante menciones.
3. Generar interacciones con los seguidores.

En ese sentido, Instagram es utilizada como una plataforma para generar *engagement* con el público y poder migrar la audiencia desde la app hacia el sitio web.

- Usuario: **@aguapasionch**
- **¿Qué son los post?**

Los *post* de Instagram corresponden a cuatro formatos distintos, de los cuales tres son producidos por Agua Pasión mientras que el tercero tiene que ver con colaboraciones de los distintos actores de la escena nacional de natación con nuestro medio. Los *post* se dividen en:

- a. Infografías

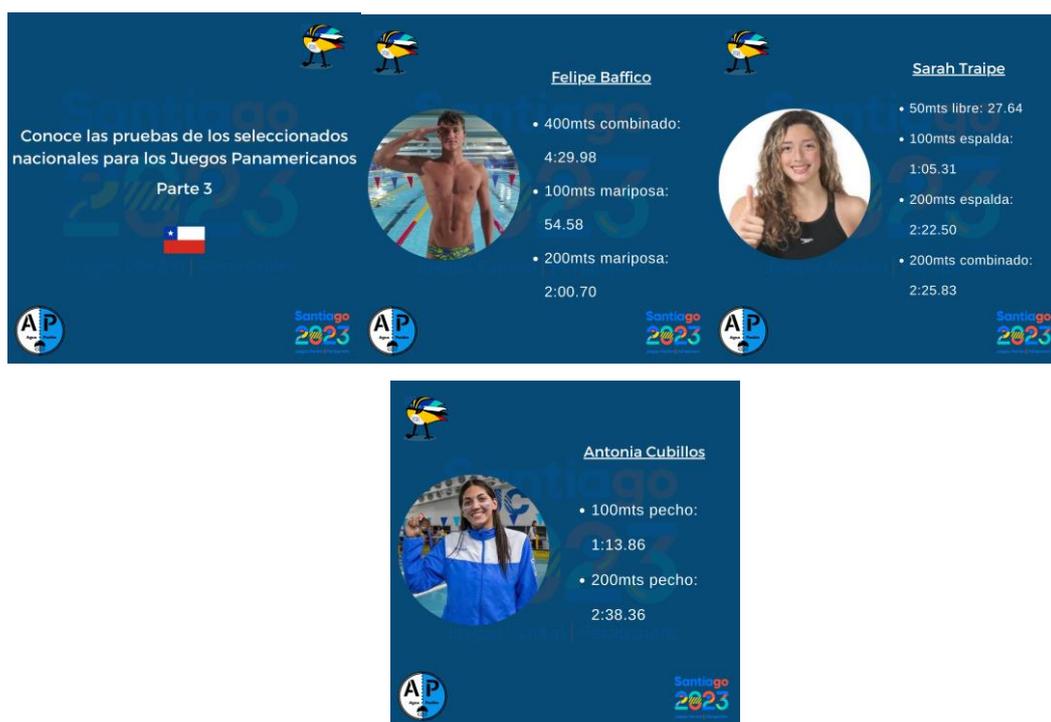
A lo largo del año, la Federación Chilena de Deportes Acuáticos presenta diferentes nóminas, de nadadores y nadadoras nacionales, los cuales compiten en torneos internacionales representando a Chile. En esa línea, las infografías producidas por Agua Pasión buscan informar a su audiencia sobre que deportistas van en cada convocatoria. Dependiendo de la importancia de la convocatoria, generamos uno o más post del hito. Por ejemplo, para el Sudamericano Juvenil de Deportes Acuáticos, se generó un solo post con los convocados.



Imagen extraída del Instagram de Agua Pasión

Por otro lado, la convocatoria para los Juegos Panamericanos se dividió en tres post, para darle la importancia que se merece el evento. En cada post se mostró a los deportistas que participaron y sus respectivas pruebas.

Un extracto de estos posts son:



Imágenes extraídas del Instagram de Agua Pasión

Otro tipo de infografías producidas por Agua Pasión son las tablas de puntajes por club de los torneos a los que realizamos cobertura. Estos se componen con los logos de cada club que forma parte de la tabla más una imagen de fondo de la piscina en donde se realizó el torneo. En el siguiente ejemplo vemos la tabla de puntajes de la Copa UC, la cual tuvo lugar en la piscina olímpica del estadio San Carlos de Apoquindo.



Infografía que muestra el ranking de los diez mejores equipos en la Copa UC. El fondo es una piscina olímpica. En la parte superior derecha hay un logo con las letras 'AP' y 'Agua Pasión'. El título es 'Puntaje por equipos Copa UC (TOP 10)'. A la derecha del ranking hay una columna con el encabezado 'Puntaje'.

		Puntaje
1º	Club deportivo Universidad Católica	1 105
2º	Andes Club	832,50
3º	Club Medley Santa Cruz	429
4º	Asociación Regional Santiago Unido	414
5º	Rama de Natación Peñalolén	357
6º	Estadio Español	333,50
7º	Club Casuarinas	198
8º	Club Mendoza de Regatas	99
9º	Escuela de Natación Javier Beinat	69
10º	Asociación Coquimbo	62

Imagen extraída del Instagram de Agua Pasión

b. Resúmenes en video de entrevistas en YouTube o entrevistas cortas

Instagram fomenta y premia el uso del contenido audiovisual, el cual puede ser en diversos formatos tales como videos en IGTV, que pueden tener una mayor duración, o vídeos *reels*, que son de menor duración. Agua Pasión, al ser un medio de comunicación multiplataforma, se ve beneficiado por Instagram, por lo que se aprovecha de subir contenido audiovisual, como adelantos de entrevistas que luego son subidas a YouTube (esto también sirve como difusión entre nuestros seguidores), o también entrevistas cortas, que buscan generar interacciones con nuestra audiencia. Ejemplo de este último formato son los videos “ping pong”, los cuales se componen de preguntas y respuestas cortas con nuestros entrevistados, a modo de promoción de la entrevista de larga duración que se subirá luego a nuestras diferentes plataformas.

c. Material fotográfico o audiovisual producidos por otros

Con el fin de cubrir la mayor parte de la escena nacional de natación clásica, se solicita a gente que está en los eventos, como nadadores o entrenadores, si se pueden utilizar fotos que ellos suban a sus redes sociales, dándoles créditos en el pie de la foto.

En esa línea, también se comparten competencias grabadas por las transmisiones oficiales. Este contenido se sube en formato *reels*, el cual favorece al *awareness* de Agua Pasión, ya que se recomienda de manera orgánica a los “no seguidores” en sus perfiles.

d. Récords nacionales

A lo largo de cada temporada, se rompen récords nacionales, en distintas pruebas, estilos y categorías. En esa línea, es importante llevar esta información a nuestra audiencia de una manera dinámica y amigable a la vista. Para ello se generó una gráfica tipo, la cual se subirá cada vez que un/a nadador/a establezca un récord nacional. Un ejemplo de este post en Instagram sería:



Imagen extraídas del Instagram de Agua Pasión

- **¿Cómo funcionan las historias?**

Las publicaciones de historias en Instagram se utilizan para difundir los posts que se suben al perfil, interactuar con la comunidad (mediante encuestas o trivias) y para

compartir las notas del sitio web. Este último punto es importante, ya que Instagram no deja colocar hipervínculos en las descripciones de los posts de Instagram, pero si deja hacerlo en las historias. Esto facilita migrar el tráfico desde Instagram hacía el sitio web.

Las historias más relevantes se dejan como historias destacadas, lo que significa que quedarán en el perfil de @aguapasionch para ser revisitadas en cualquier momento por todos los usuarios. Como ejemplo de historias destacadas tenemos:



Imágenes extraídas del Instagram de Agua Pasión

Comunidad

Para generar comunidad y cercanía con el público, se responden los mensajes que llegan al perfil, así como las dudas que se puedan generar en los posts de Instagram. Además, se etiqueta a los y las protagonistas de cada noticia, entrevista o contenido que se suba. Esto último es un pilar fundamental para dar a conocer la página y para hacer crecer la comunidad, ya que da la posibilidad de que el contenido de Agua Pasión se comparta en otros perfiles de Instagram, lo que ayuda al reconocimiento de marca en nuestro público objetivo.

Posicionamiento en Instagram

Para atraer seguidores y público a esta red social es importante seguir las reglas de esta aplicación, la cual fomenta ciertos comportamientos para obtener un funcionamiento óptimo. Agua Pasión usa esta red de manera orgánica centrándose en los siguientes aspectos:

● Periodicidad

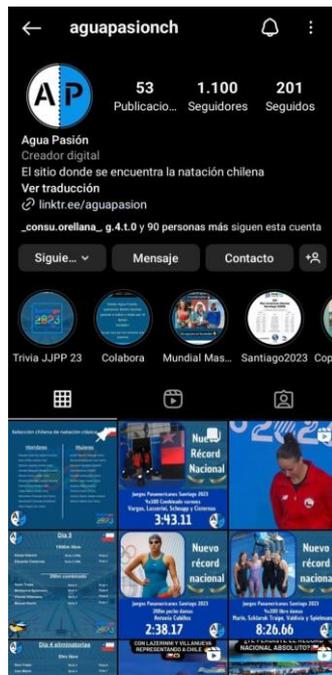
Esta depende del estado en el que se encuentre el medio, pero como regla general es que se publica alrededor de 4 veces al mes (una vez por semana). Esto aumenta dependiendo de si existe algo específico que se quiere difundir, en cual caso se aumenta la periodicidad a entre dos y tres veces a la semana. Finalmente, si existe un campeonato o evento importante que necesita un fuerte apoyo comunicacional, se aumenta el ritmo de publicación (como el caso de los Juegos Panamericanos).

Es importante siempre tener en consideración algunas reglas del algoritmo para considerar el ritmo de publicación:

1. **Constancia:** El algoritmo de Instagram se adapta al ritmo en que se realizan las publicaciones, por ende, más importante que publicar todo el tiempo, lo importante es mantener una frecuencia constante y aumentarlas o reducir las de manera gradual según la necesidad.
2. **Evitar excesos de historias:** Instagram muestra menos las historias o te baja las interacciones si es que se suben demasiadas, por lo que es necesario utilizarlas de manera precisa.

● Optimización del perfil

Al ingresar al perfil el usuario debe tener claro de que se trata el medio. Agua Pasión cuenta con una descripción clara y precisa en la biografía del perfil además de un link que lleva a una página (Linktree) en la que se encuentran todos los enlaces a nuestras plataformas de YouTube, Spotify, Facebook y nuestro sitio web. Por otra parte, el perfil cuenta con link directo al correo del medio como otra forma de comunicación más allá de los mensajes que permite la aplicación.



Imágenes extraídas del Instagram y Linktree de Agua Pasión, respectivamente

Identidad visual en Instagram

La identidad visual de Instagram se desarrolló en base a la identidad visual del medio, por lo que se utilizan los mismos colores y tipografías.

Se busca, tal como el medio, presentar una imagen atractiva que llame la atención del usuario. Se utilizan elementos del sitio web, como el logotipo y su paleta de colores, y se mezclan con la estética de esta red social para así lograr una conexión entre ambos. Los post actuales tienen un formato determinado, tanto en su diseño como en su redacción. Todas las publicaciones deben tener el logotipo de Agua Pasión.

Cuando son publicaciones de algún torneo, se coloca una imagen de fondo de la piscina en la que se realizará el evento con un filtro de tono azul. En los ejemplos que se muestran tenemos la piscina del Centro Acuático del Estadio Nacional y la Piscina Municipal de Peñalolén.

Cuando se comparten documentos o notas de la web se inserta una imagen referente a dicho contenido, como el caso de la entrevista a Vicente Villanueva o la difusión de la VII Copa Peñalolén.



Imágenes extraídas del Instagram de Agua Pasión

Público objetivo

Esta red social se utiliza para llegar a todo tipo de público, ya que es la red social principal del medio. Sobre todo para llegar a una audiencia juvenil y diversa, desde adolescentes (15 años en adelante aproximadamente) a adultos/as/es jóvenes (hasta los 35 años aproximadamente).

B. YouTube

Esta plataforma no es utilizada como un canal de difusión de información, su función está orientada a ser un medio específicamente audiovisual, donde son publicadas, en primera instancia, las entrevistas realizadas por Agua Pasión, así como el resto del contenido audiovisual que se genere.

Por lo tanto, el canal de YouTube está ligado directamente a la plataforma principal (página web), donde se resume el contenido dispuesto en YouTube, y cada nota tiene un link de acceso directo hacia el canal y contenido que el usuario quiera visualizar.

- Usuario: **Agua Pasión**
- Identificador: @aguapasion9862
- Descripción: “Cámaras, piscinas e historias. Vive de cerca la natación chilena a través de entrevistas y videos de competencias imperdibles”.

- **Entrevistas**

Este formato permite conocer y acercarse a los competidores y staff técnico tanto del Team Chile de Natación, como el de nadadores particularmente destacados en la disciplina. De esta manera, se crea contenido que da mayor visibilidad a los y las nadadoras en sí, profundizando en sus carreras y los obstáculos que han enfrentado para surgir en este deporte.

- *Formato: Video*
- *Duración: 5-8 minutos aproximadamente*
- *Canal: YouTube*

Para la producción de este contenido es necesario seguir un procedimiento específico y detallado:

- **Preproducción:** Gestión de entrevistado/a, gestión de establecimiento, gestión de equipos, reunión de pauta.
- **Producción:** Realización de la entrevista, “Ping Pong” y tomas de videos en el recinto establecido o imágenes de relleno.
- **Postproducción:** Edición de video y audio tanto de la entrevista como del “Ping Pong”. Luego, se debe promocionar el video días antes de realizar la publicación del contenido audiovisual en las distintas plataformas.

Ejemplo entrevista a A. Salazar:



Imagen sacada del canal de Youtube de Agua Pasión

- **Otro tipo de video**

Este contenido audiovisual está enfocado específicamente en informar y difundir datos, experiencias, competiciones, historias, y explicaciones técnicas de la natación. Este tipo de contenido tiene el fin de atraer a cierto tipo de usuario, el cual ya tiene un interés por este deporte acuático, y de esta manera, poder fidelizar a cierto público objetivo.

- *Formato: Video*
- *Duración: 3-5 minutos aproximadamente*
- *Canal: YouTube*

Para la producción de este contenido es necesario seguir un procedimiento específico y detallado:

- **Preproducción:** Gestión de contenido a realizar, búsqueda de archivos útiles (sin Copyright).
- **Producción:** Edición de video y audio.
- **Postproducción:** Publicación del contenido audiovisual.

Ejemplo resumen Récord Nacional:



Imagen sacada del canal de YouTube de Agua Pasión

Ejemplo video M. Phelps



Imagen sacada del canal de YouTube de Agua Pasión

Identidad Visual para YouTube

Para esta plataforma, se decidió utilizar el Favicon circular, que contiene los 2 colores principales y una división de puntos al medio, haciendo alusión a las boyas que separan los carriles de una piscina, elemento fundamental en la natación clásica. En el caso de la portada, se visualiza una foto del fondo de una piscina competitiva, donde al final están las líneas que separan los carriles.

Para el contenido audiovisual dispuesto en YouTube, se utilizan imágenes dependiendo del tipo de video. En el caso de las entrevistas, se utiliza como portada una fotografía tomada al entrevistado/a junto al nombre respectivo como subtítulo (visualizar imágenes de arriba). Por el lado del contenido informativo, se crea una imagen de portada en base al material que disponga el video (visualizar imágenes de arriba).

Público Objetivo

Al ser un canal de difusión utilizado para disponer el contenido audiovisual de Agua Pasión, el público al que va dirigido es el mismo al que apunta el medio en sí.

C. Facebook

Nombre de usuario: Agua Pasión

Facebook es la plataforma pionera del medio, por lo que posee contenido informativo a través de imágenes y publicaciones junto con material audiovisual que sólo se puede encontrar en Facebook.

Uso de la plataforma

Agua Pasión ha estado constantemente activa en Facebook durante los períodos de competencia, como lo son los Juegos Panamericanos Santiago 2023 o el Campeonato Mundial de Natación Fukoka 2023. Generando *Reels* y compartiendo los mismos posts utilizados para la plataforma de Instagram, por lo que no es necesario complementar con un link a Instagram u otra plataforma.

Ejemplo JJ.PP. 2023

Agua Pasión
24 de octubre a las 17:50 · 🌐

🎉 Nuevamente batieron el récord 🎉
🏆 El relevo conformado por Inés Marín, Sarah Traipe, Mahina Valdivia y Montserrat Spielman, batió el récord nacional absoluto del relevo 4x200m libre dos veces en un día. Esta vez, con un tiempo de 8:26.66, establecieron un nuevo récord nacional de la prueba
Felicitaciones 🇨🇱🔥



**Nuevo
récord
nacional**

Juegos Panamericanos Santiago 2023
4x200 libre damas
Marín, Szklaruk Traipe, Valdivia y Spielmann
8:26.66

AP
Agua Pasión

Imagen sacada de Agua Pasión

Ejemplo Fukuoka 2023:

Agua Pasión
24 de julio · 🌐

Increiblee 🎉🔥 Con un tiempo de 16:11.25, Kristel Köbrich finaliza en segundo lugar. El tiempo realizado es marca A para Santiago 2023 y marca B para los JJ OO de París 2024. La nadadora con más participaciones en mundiales de la historia sigue sorprendiendo 🇨🇱🏆



Women's 1500m Freestyle
Heat 4/4 - Results

Rank	Country	Name	Time
1	USA	Allyson Felix	15:41.22
2	ITA	Santina Galavottini	16:08.08
3	AUS	Amy MacLellan	16:08.11
4	CHN	Wangqian Huo	16:08.40
5	ITA	Manuela Scoroni	16:09.25
6	ITA	Manuela Scoroni	16:11.25
7	ITA	Manuela Scoroni	16:15.60
8	ITA	Manuela Scoroni	16:24.38
9	ITA	Manuela Scoroni	16:35.18
10	TUN	Mervat Tunjel	16:59.30

Por otro lado, si hay posts en Facebook que guían a otras plataformas o canales, como lo puede ser Youtube. Esto se da en el caso de las entrevistas, las cuales se encuentran exclusivamente en esa plataforma.

Ejemplo entrevista:



Público objetivo

El público al cual va dirigido esta plataforma es más bien de carácter adulto y extranjero, ya que gran parte de los seguidores del medio en Facebook provienen de otros países, como por ejemplo de México. Por lo que se vuelve fundamental una actividad constante en la plataforma, publicando contenido original y actualizado sobre la natación nacional.

D) Spotify

Usuario: **Chat Lane**

Nombre del podcast: **Chat Lane: hablemos bajo el agua**

Esta red social es usada por Agua Pasión para subir entrevistas de larga duración en formato de podcast con diferentes representantes de la natación chilena. Al no ser una red social multimedia, como todas las producciones de Agua Pasión, decidimos ponerle un nombre e

imagen distinta al podcast, para poder darle una identidad de solo audio al podcast. El nombre elegido fue Chat Lane y el logo que utilizamos fue el siguiente:



Imagen generada por Agua Pasión

Uso de la plataforma

El uso de Spotify por parte de Agua Pasión se basa en la producción de contenido en formato podcast, con una duración que ronda los 50 minutos. El objetivo de este contenido es ahondar en las carreras de las y los deportistas o las y los entrenadores, de una manera amigable para la persona que lo consuma, para que así este pueda tener una visión completa de la persona entrevistada. Además, van acompañadas de una portada con el logo de Agua Pasión, Chat Lane y una foto del entrevistado. Para el primer capítulo, la portada generada fue esta:



Imagen generada por Agua Pasión

Público objetivo

Al ser contenido que no es de rápido consumo, el público objetivo de Spotify son personas que estén muy interesadas en las carreras de las/os deportistas entrevistados en cada episodio. Esto nos lleva a un público de un nicho cerrado.

4. Calendario

Para llevar a cabo el proyecto de manera óptima y ordenada, fue necesario realizar una carta gantt. Tomando en consideración los tiempos de entrega de la universidad y tiempos de trabajo de los memoristas, el cronograma de trabajo para levantar el medio de comunicación quedó de la siguiente forma:

Tareas	Fecha	Detalle
Encuestas a posibles usuarios	19/03 – 22/04	Generar cuestionario (debe tener 15 respuestas mínimo)
Creación de usuario arquetipo	23/04 – 26/04	En base a los resultados de la encuesta, generar ficha de usuario en HubSpot o Digital Marketer
Generar mapa conceptual con contenidos preliminares	28/04 – 03/05	Generar mapa en Bubbl.us o FreeMind
Creación de identidad gráfica	04/05 – 14/05	Debe incluir: Paleta de colores, tipografía, logotipo, isotipo, favicon e imagen para redes sociales

Realizar cardsorting para generar estructura de nav. Definitiva	18/05 – 24/05	Mapa de contenidos resultante del cardsorting
Realizar prototipo de baja fidelidad	25/05 – 06/06	Usar Marvelapp, aplicando estructura definitiva
Generar página en Wordpress aplicando lo anterior	12/06 – 01/07	Utilizar todo lo investigado anteriormente y guiarse por wireframe.

Al terminar de montar el sitio web, se realizó un calendario de los hitos más importantes de la temporada de la natación chilena (marzo 2023 - enero 2024), que para nuestro criterio, deberían ser indispensable cubrir. Este calendario quedó sujeto a modificaciones (agregar o quitar hitos), según vayan emanando distintas particularidades.

Hito	Fecha
Nacional de Categorías (invierno)	5 - 8 de julio
Mundial de natación - Fukuoka	11 - 30 de julio
Copa Italia Internacional	27 - 29 de julio
Lanzamiento de nómina oficial de representantes chilenos para Juegos Panamericanos Santiago 2023	6 de agosto
Mundial master de natación	2 - 11 de agosto
Nacional de natación universitario	18 - 19 de agosto
Gymnasiade - Mundial Escolar	17 - 29 de agosto
Ligas Deportivas de Educación Superior (LDES)	2- 3 de septiembre
Copa España Internacional	7 - 10 de septiembre
Sudamericano Juvenil	15 - 20 de septiembre
Juegos Panamericanos Santiago 2023	21 - 25 de septiembre

Copa UC internacional	11 - 12 de noviembre
Nacional Infantil Primavera	24 - 26 de noviembre
Nacional Open de Clausura	9 - 10 de diciembre
Nacional Infantil de Verano	19 - 21 de enero
Nacional Juvenil Categorías Verano	25 - 28 de enero

Al día de la entrega de este informe, las coberturas realizadas por el medio Agua Pasión se han visto reflejadas en sus distintas plataformas. A continuación, el calendario de publicación en cada una de ellas es la siguiente:

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Nacional de Categorías (invierno)	6 notas periodísticas	WordPress	5 de julio: 1 6 de julio: 2 7 de julio: 2 8 de julio: 1
	9 stories	Instagram y Facebook	5 de julio: 2 6 de julio: 2 7 de julio: 2 8 de julio: 3

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Mundial de natación - Fukuoka	3 notas periodísticas	WordPress	21 de julio: 1 23 de julio: 1 25 de julio: 1
	14 stories	Instagram y Facebook	21 de julio: 2 22 de julio: 3 23 de julio: 2 24 de julio: 4 25 de julio: 1 26 de julio: 2
	14 publicaciones		22 de julio: 4 24 de julio: 8 26 de julio: 2

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Copa Italia Internacional	2 notas periodísticas	WordPress	29 de julio: 1 30 de julio: 1
	3 stories	Instagram y Facebook	29 de julio: 2 30 de julio: 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Lanzamiento de nómina oficial de representantes chilenos para Juegos Panamericanos Santiago 2023	4 publicaciones	Instagram y Facebook	8 de agosto: 1 10 de agosto: 1 13 de agosto: 1 16 de agosto: 1
	4 stories		8 de agosto: 1 10 de agosto: 1 13 de agosto: 1 16 de agosto: 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Mundial master de natación	4 notas periodísticas	Wordpress	3 de agosto: 1 7 de agosto: 2 10 de agosto: 1
	4 stories	Instagram y Facebook	3 de agosto: 1 7 de agosto: 2 10 de agosto: 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Nacional de natación universitario	Nota periodística	WordPress	23 de agosto: 1
	Storie	Instagram y Facebook	23 de agosto: 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Gymnasiade - Mundial Escolar	2 notas periodísticas	WordPress	22 de agosto: 1 24 de agosto: 1
	2 stories	Instagram y Facebook	22 de agosto: 1 24 de agosto: 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Ligas Deportivas de Educación Superior (LDES)	Nota periodística	WordPress	4 de sept. : 1
	Storie	Instagram y Facebook	4 de sept. : 1

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Copa España Internacional	Nota periodística	WordPress	10 de sept. : 1
	4 stories	Instagram y Facebook	9 de sept. : 1 10 de sept. : 3

Hito	Contenido	Red social	Fecha/ cantidad
Sudamericano Juvenil	2 notas periodísticas	WordPress	16 de sept. : 1 20 de sept. : 2
	Publicación	Instagram y Facebook	15 de sept: 1
	6 stories		15 de sept. : 2 16 de sept. : 1 20 de sept. : 1 21 de sept. : 2

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Juegos Panamericanos Santiago 2023	9 notas periodísticas	WordPress	24 sept. : 1 11 oct. : 1 19 oct. : 1 21 oct. : 1 22 oct. : 1 23 oct. : 1 24 oct. : 2 25 oct. : 1
	2 registros de carreras	YouTube	26 oct. : 1 15 nov: 1

	3 entrevistas	YouTube y Spotify	12 de julio: 1 12 de agosto: 1 24 sept. : 1
	14 reels	Instagram y Facebook	11 de agosto: 1 22 de sept. : 1 17 de oct. : 1 21 de oct. : 4 22 de oct. : 2 23 de oct. : 3 25 de oct. : 1 6 de nov. : 1
	11 publicaciones		7 de oct. : 1 18 de oct. : 1 20 de oct. : 1 21 de oct. : 2 22 de oct. : 1 23 de oct. : 1 24: de oct: 2 25 de oct: 2
	70 stories		Promedio de 3 stories diarias durante 17 días

Hito	Contenido	Red social	Fecha/cantidad
Copa UC internacional	Nota Periodística	WordPress	13 de nov. : 1
	Publicación	Instagram y Facebook	13 de nov: 1
	Storie		13 de nov: 1

5. Métricas

Para el desarrollo de este proyecto, el análisis y medición constante de métricas, datos y tráfico web en las distintas plataformas donde se está presente, ha sido fundamental. Sin esta información, entregada por las herramientas de medición de cada plataforma, no se podría haber desarrollado un plan de estrategias comunicacionales, generar objetivos a corto y mediano plazo, ni tampoco entregar una buena experiencia al usuario acorde a sus requerimientos.

Para el completo desarrollo de estas actividades se decidió medir las métricas de la plataforma principal, el sitio web *aguapasionch.com*, y de los perfiles creados en redes sociales, los cuáles serían Instagram, Facebook, YouTube y Spotify.

Además, en el caso del sitio Web se hace una comparativa de tres períodos de tiempo donde el eje principal es Santiago 2023. A continuación se presentarán estadísticas e información de tres etapas: antes, durante y después de los Juegos Panamericanos, demostrando las publicaciones con interacciones y tráfico más alto de cada período. Los Juegos Panamericanos iniciaron el día 20 de octubre y finalizaron el 5 de noviembre, por lo que las etapas están definidas desde la primera publicación hasta la semana del 20 de noviembre.

Por el lado de las redes sociales, se hizo un resumen general, y de lo sucedido entre el 10 de octubre al 5 de noviembre, período que comprende la temática de los Juegos Panamericanos. Para aquello se utilizó los datos entregados por <https://metricool.com/es/>.

5.1. Sitio Web

En términos generales. Agua Pasión obtuvo una cantidad de 2.471 vistas para un total de 1.434 visitantes del sitio Web. Siendo julio el mes con más actividad y tráfico en la página, sumando un total de 1404 vistas por parte de 747 usuarios distintos, repartiéndose entre 15 entradas publicadas en el mes.

La nota que más revuelo causó se publicó el 6 de julio, y su contenido hace referencia al campeonato de natación “Nacional de Invierno 2023”, el cual en ese momento era liderado por el club Stadio Italiano. Obtuvo 160 vistas durante el mes, y contaba con un video que guiaba

directamente al canal de difusión de YouTube y un botón con enlace a un drive con los resultados de la jornada.

Pre Juegos Panamericanos Santiago 2023

El sitio web inició actividades el 4 de julio de este año, por lo que el primer bloque tiene fecha de 4 de julio hasta el 20 de octubre. Está diseñado en la plataforma Wordpress, la cuál entrega la información del tráfico en la web de una manera detallada, clara y fechada.

El inicio de actividades del medio causó un fuerte impacto en la cantidad de visitas y vistas al sitio, tanto así que se puede considerar como el pick de tráfico web en Agua Pasi3n. Cont3 con un total de:

- Julio: Vistas - 1404, Visitas - 747
- Agosto: Vistas - 300, Visitas - 176
- Septiembre: Vistas - 259, Visitas - 162
- Octubre: Vistas - 139, Visitas - 1393

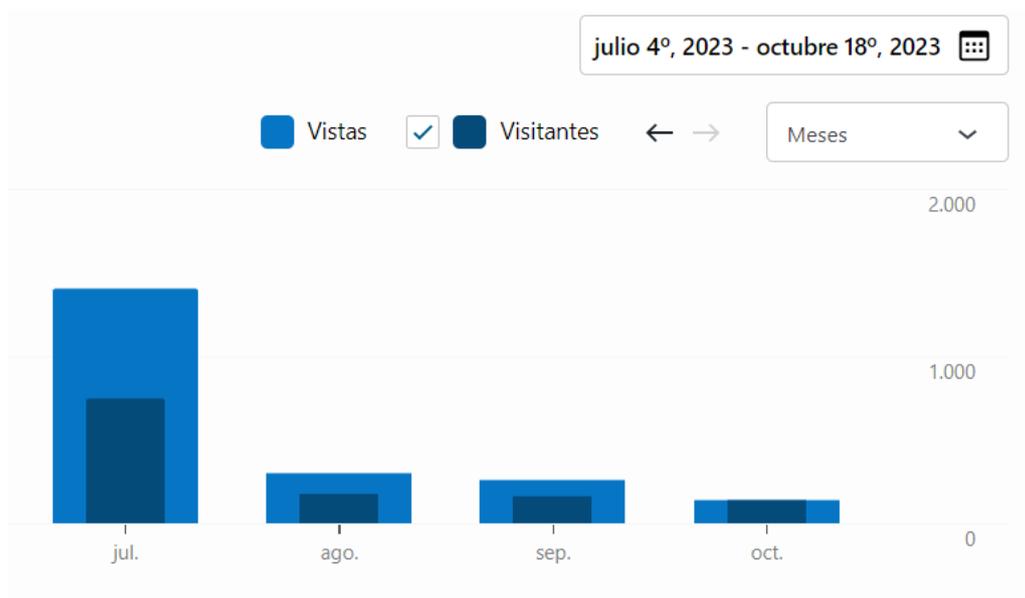


Imagen Elaborada por Agua Pasi3n

Durante los Juegos Panamericanos Santiago 2023

Este período comprende desde la fecha 20 de octubre al 5 de noviembre de este año. por lo que, al ser un plazo más corto, se separó el tráfico en tres semanas.

- Semana 1 (19/10/2023-22 /10/2023): Vistas - 107, Visitas - 151
- Semana 2 (23/10/2023)-(29/10/2023): Vistas - 69, Visitas - 85
- Semana 3 (30/10/2023-5/10/2023): Vistas - 7, Visitas - 20

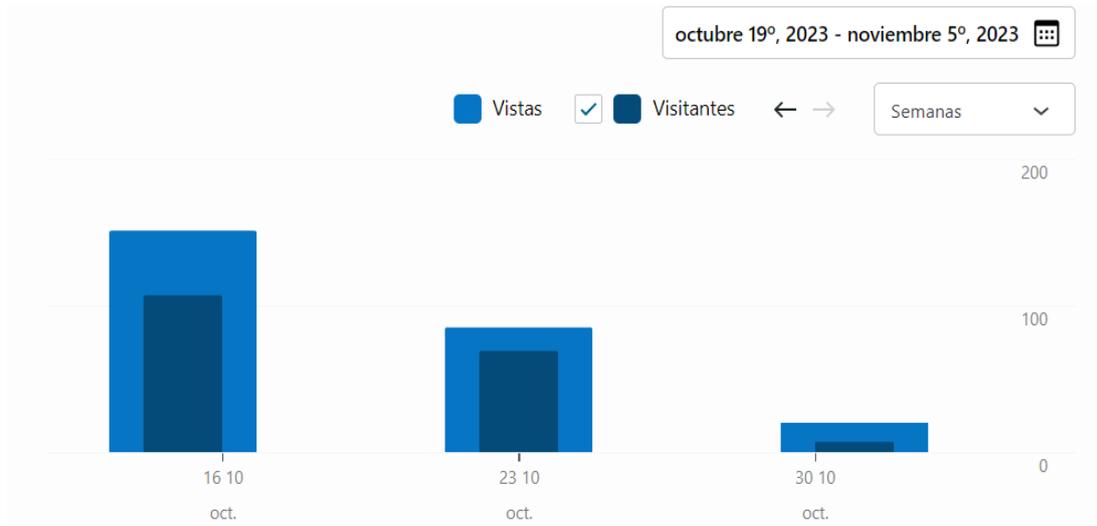


Imagen Elaborada por Agua Pasión

Post Juegos Panamericanos Santiago 2023

Esta etapa comprende desde el 6 de noviembre hasta el 20 del mismo mes (la última estadística tomada en cuenta), por lo que también se divide en 2 semanas.

Semana 1 (6/11/2023-1/11/2023): Vistas - 13, Visitas - 9

Semana 2 (13/11/2023-20/1/2023): Vistas - 99, Visitas - 66



Imagen Elaborada por Agua Pasión

5.2. Instagram

En esta plataforma el medio inició actividades el 23 de marzo de 2021. Hasta la fecha, El perfil de Agua Pasión en Instagram cuenta con:

Datos Generales de Agua Pasión			
Seguidores	Publicaciones	Cuentas Alcanzadas	Cuentas que Interactúan
1125	55	150.356	15.569

Publicaciones Destacadas

Durante este año se destacó especialmente el contenido audiovisual en formato *Reel*. Para precisar, hay 2 videos en específico que lograron captar el interés de los usuarios:

1.

Últimos 100 metros del Récord Nacional de Eduardo Cisternas en Fukuoka				
Reproducciones	Me Gusta	Comentarios	Veces Compartido	Guardado
65.128	3087	55	152	64

Link:

https://www.instagram.com/reel/CvBfrdFNgxy/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==

2.

Revisa la final B de los 100m mariposa en donde participó Elías Ardiles y Benjamín Schnapp				
Reproducciones	Me Gusta	Comentarios	Veces Compartido	Guardado
62.256	1703	6	88	34

Link:

https://www.instagram.com/reel/CyuNkbvLTqP/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==

Juegos Panamericanos Santiago 2023

Durante este período que abarca del 10 de octubre hasta el 5 de noviembre, se realizaron 11 *Reels* y 10 *Post*. En base a esto, el sitio obtuvo:

10/10/23 - 5/10/2023				
Seguidores	Publicaciones	Me Gusta	Comentarios	Guardados
240	21	1174	7	30

Para resumir de cierta manera el tráfico en el perfil de Instagram de Agua Pasión durante los Panamericanos realizados en nuestro país, se muestran los siguientes datos:

- El 22% de los seguidores se sumaron durante este período.
- El segundo post con más visitas se publicó en esta etapa.
- Se obtuvieron 1804 vistas al perfil.
- Desde aquí se dieron 33 clicks hacia el sitio Web.
- El 56.86% de los usuarios viven en Santiago de Chile.

5.3. Facebook

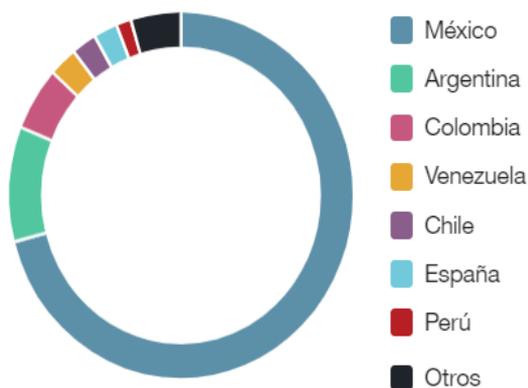
Esta es la plataforma pionera del medio, por ende, las estadísticas que se toman en cuenta abarcan desde los últimos **90 días**, además del período que comprende a los JJ.PP.

Datos Generales de Agua Pasión				
Seguidores Totales	Me Gusta	Publicaciones Totales	Visitas	Impresiones
6550	6357	50	293	39.750

Por otro lado, se obtuvieron datos interesantes de este perfil, por ejemplo que el 70.96% de los usuarios que navega por esta plataforma proviene de México, para ser más específicos, el 19.18% del total es de Ciudad de México.

Seguidores por país

VER TABLA



Seguidores por ciudad

VER TABLA



Imagen Elaborada por Agua Pasión en “Metricool”

Seguidores por país

VER GRÁFICO

Grupo	Cantidad
México	70.96%
Argentina	10.13%
Colombia	5.62%
Venezuela	2.66%
Chile	2.36%

Seguidores por ciudad

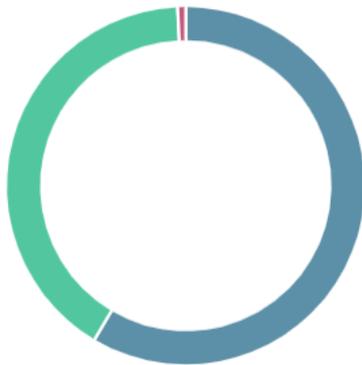
VER GRÁFICO

Grupo	Cantidad
Ciudad de México, México	19.18%
Puebla de Zaragoza, México	2.05%
Ecatepec de Morelos, Estado de México, México	1.62%
Bogotá, Colombia	1.61%

Imagen Elaborada por Agua Pasión en “Metricool”

Además, según los datos arrojados por la plataforma *Metricool*, 58,53% del tráfico web son usuarias, es decir, se identifican con el género femenino.

Género



VER TABLA

- Mujer
- Hombre
- Descono...

Edad

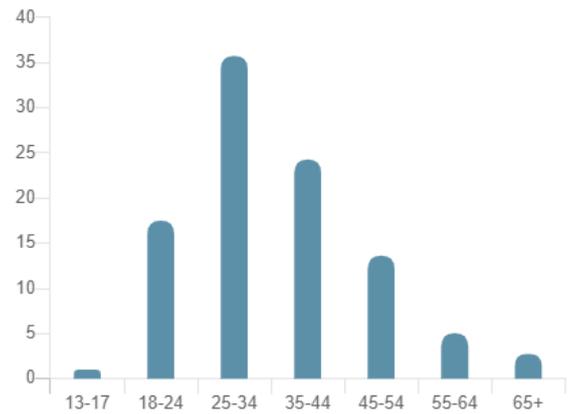


Imagen Elaborada por Agua Pasión en “Metricool”

Género

VER GRÁFICO

Grupo	Cantidad
Mujer	58.53%
Hombre	40.74%
Desconocido	0.72%

Imagen Elaborada por Agua Pasión en “Metricool”

Juegos Panamericanos Santiago 2023

Durante el período que abarca del 10 de octubre hasta el 5 de noviembre el sitio obtuvo:

10/10/23 - 5/10/2023				
Seguidores	Me Gusta	Publicaciones	Visitas	Impresiones
55	66	11	146	33.966

Para entender mejor las estadísticas y rendimiento del medio en esta plataforma, se observan los siguientes datos:

- Durante este período la cantidad de impresiones aumentaron un 1905%.
- Los Reels lograron un 65,46% de *Engagement*.
- Esta etapa fue fundamental en el crecimiento de Agua Pasión

Publicaciones destacadas

No es casualidad que las publicaciones que más captaron la atención por parte de los usuarios se hayan dado durante el período de Santiago 2023. Aquí se observan 2 ejemplos:

1.

Revisa la final B de los 100m mariposa en donde participó Elías Ardiles y Benjamín Schnapp				
Reproducciones	Personas alcanzadas	Me Gusta	Veces Compartido	Comentarios
12.800	10.000	232	5	0

Link: <https://web.facebook.com/reel/1823404014757744>

2.

Revive la gran final B de @_inesmarin en los 200m libre en estos Juegos Panamericanos Santiago 2023				
Reproducciones	Personas Alcanzadas	Me Gusta	Veces Compartido	Comentarios
9.800	12.100	239	7	0

Link: <https://web.facebook.com/reel/344476081450516>

5.4. YouTube

Esta plataforma funciona como canal de difusión, por lo que el contenido publicado es menor y específico. Desde el 23 de marzo de 2021 (inicio de actividades del medio) hasta la fecha el canal cuenta con:

Datos Generales de Agua Pasión					
Suscriptores	Reproducciones	Me Gusta	Tiempo de Reproducción	Comentarios	Veces Compartido
142	95.577	561	2.200 horas	20	127

En este caso, los usuarios mexicanos se vuelven a hacer presentes en nuestras plataformas, de tal manera en que se los podría considerar como la mayor parte del tráfico en YouTube con un 14,6% del total de visualizaciones del canal.

Área geográfica	Visualizaciones	Tiempo de visualización (horas) ↓	Duración media de las visualizaciones
<input type="checkbox"/> Total	95.577	2.200,0	1:22
<input type="checkbox"/> México	13.972 14,6 %	401,5 18,3 %	1:43
<input type="checkbox"/> Perú	4.519 4,7 %	139,4 6,3 %	1:51
<input type="checkbox"/> España	5.740 6,0 %	108,5 4,9 %	1:08
<input type="checkbox"/> Colombia	3.974 4,2 %	102,8 4,7 %	1:33
<input type="checkbox"/> Argentina	3.772 4,0 %	99,6 4,5 %	1:35
<input type="checkbox"/> Brasil	3.432 3,6 %	85,4 3,9 %	1:29
<input type="checkbox"/> Chile	2.423 2,5 %	74,1 3,4 %	1:50

Imagen Elaborada por Agua Pasión

Juegos Panamericanos Santiago 2023

10/10/23 - 5/10/2023					
Suscriptores	Reproducciones	Me Gusta	Tiempo de Reproducción	Comentarios	Veces Compartido
29	28.400	151	741 horas	2	16

Para entender mejor las estadísticas y rendimiento de Agua pasión en esta plataforma, se observan los siguientes datos:

- 36,6% de las horas de reproducción se dieron entre el 10/10/23 - 5/10/2023.
- 87.715 visualizaciones vienen de una sola publicación.
- El sitio ha obtenido su mayor cantidad de tráfico durante los últimos 4 meses.

Publicaciones Destacadas

1. Dentro del contenido realizado para YouTube durante los JJPP se destaca la entrevista a Arantza Salazar, subida al canal el 24 de septiembre de 2023. Este video obtuvo:

Entrevista Arantza Salazar				
Reproducciones	Me Gusta	Tiempo de Reproducción	Comentarios	Veces Compartido
217	10	10 Horas	2	4

Por otro lado, no está de más recalcar una estadística que arroja las métricas de la plataforma, la cuál indica que el 62% de los usuarios que vieron esta entrevista superaron los primeros 30 segundos de video. Superando con creces el promedio habitual. (revisar anexo p.92)

2. Esta situación es especial, se podría decir, que es un caso aislado. Esto se debe a que su fecha de publicación data del 7 de mayo de 2021. El vídeo se titula “Natación: 3 Salidas falsas”, y hasta el día de hoy es la publicación con más visualizaciones del canal con 87.715 y 1.800 horas de reproducción.

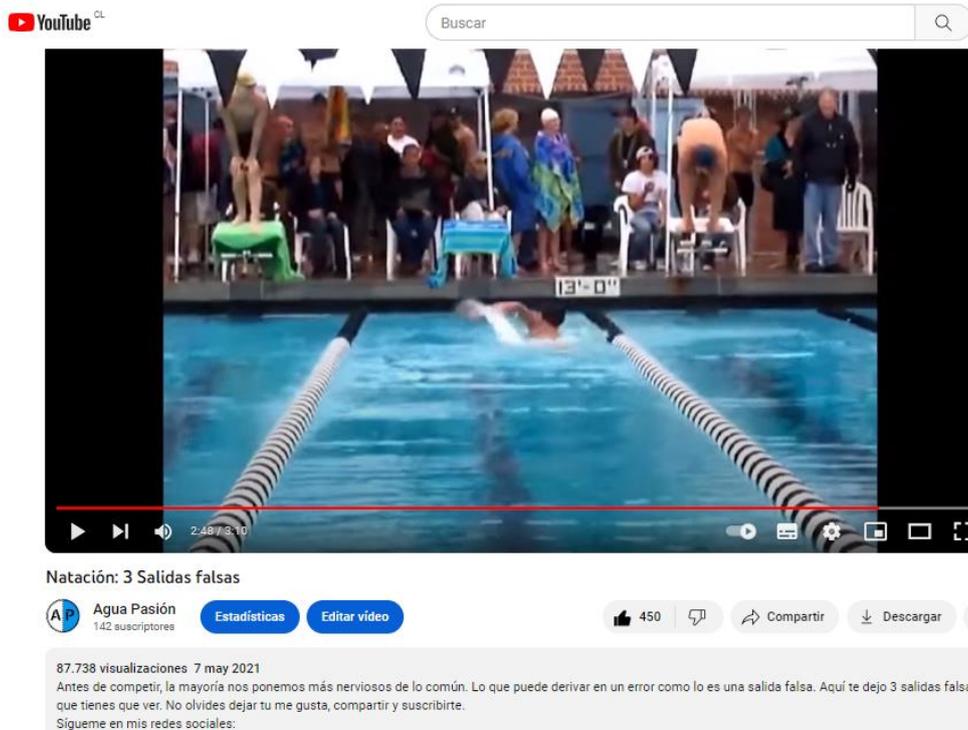


Imagen Elaborada por Agua Pasión

Lo curioso de esta publicación recae en que el pick de visualizaciones obtenidas empieza a mediados de julio del 2023, 2 años después de la publicación.

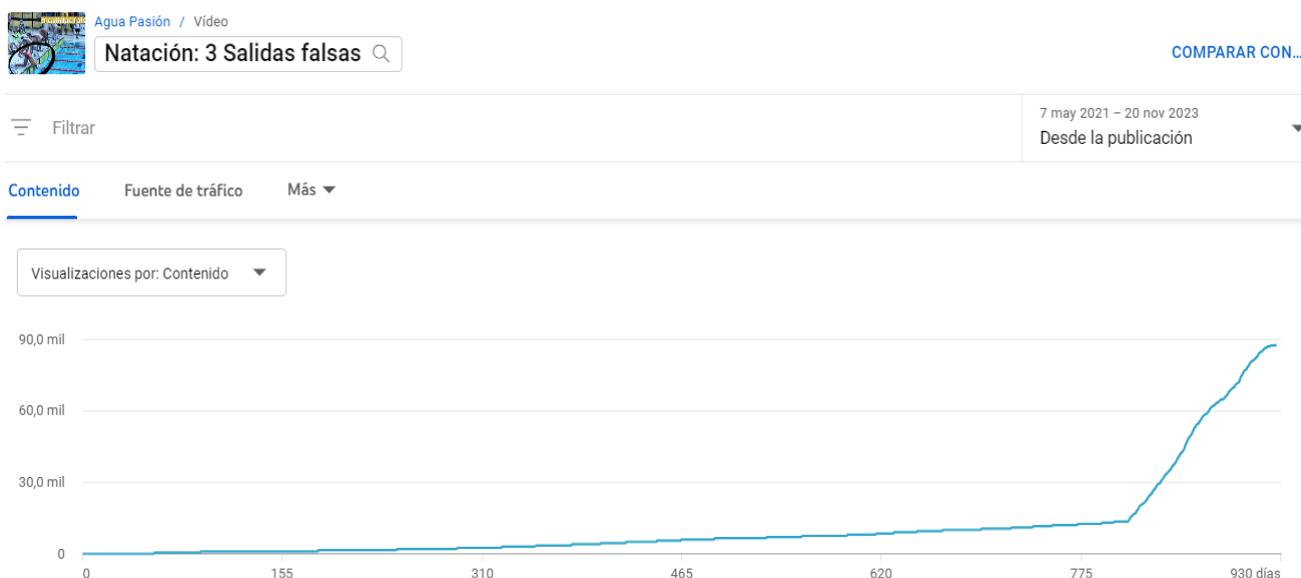


Imagen Elaborada por Agua Pasión

Natación: 3 Salidas Falsas				
Reproducciones	Me Gusta	Tiempo de Reproducción	Comentarios	Veces Compartido
87.744	450	1.812 horas	12	108

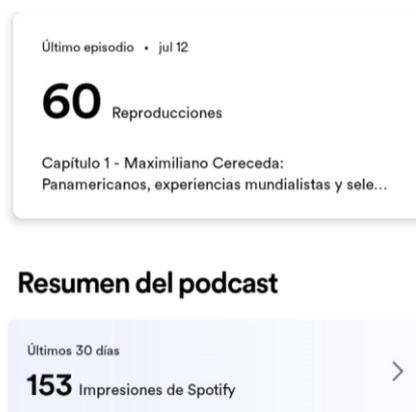
5.5 Spotify

En esta plataforma sólo se realizó una publicación, el cual fue un capítulo del *podcast Chat Lane* (revisar anexo p. 92), por lo que el análisis de datos se basa en el rendimiento de este único episodio.

El primer y único capítulo de Agua Pasión se trata de la entrevista realizada a Maximiliano Cereceda. Nadador de clase mundial, con experiencias internacionales y en los recientes Juegos Panamericanos.

El canal de Spotify cuenta con un total de 72 reproducciones, entre una corta introducción y la entrevista.

El episodio número 1 en esta plataforma cuenta con:



6. Sustentabilidad

En cuanto a gastos, se invirtió principalmente en pagar el dominio del sitio web y una plantilla que se adecuara a los lineamientos establecidos por Agua Pasión. Esto era fundamental, ya que se pensó en el sitio web como plataforma principal y base del medio.

Por otro lado, para poder estar al tanto de los resultados de las competencias de natación se pagó la suscripción a la aplicación Meet Mobile, la cual muestra en tiempo real los resultados de las competencias de todo el mundo, incluido Chile.

Por último, para realizar la cobertura de los Juegos Panamericanos Santiago 2023, se realizó la compra de seis entradas para asistir a los eventos de natación clásica.

Gasto	Coste
Plan Wordpress + dominio (anual)	72.000 CLP
Entradas Juegos Panamericanos (4 jornada clasificatorias + 2 jornada finales)	Precio entradas clasificatorias: 6.900 CLP Precio entradas finales: 10.000 CLP Precio total: 47.600 CLP
Meet Mobile (anual)	9.300 CLP

Para financiar estos gastos, y que el medio sea sustentable a mediano y largo plazo, se pensó en diversas formas de proceder en el accionar del medio digital. Entre ellas están:

- Que el medio digital funcione con estudiantes de periodismo y colaboradores. Nosotros cumpliremos el rol de editores. Para llegar a la gente que desea colaborar realizamos

una difusión por la plataforma de U-Cursos y realizamos publicaciones en Facebook e Instagram. Las gráficas compartidas fueron las siguientes:

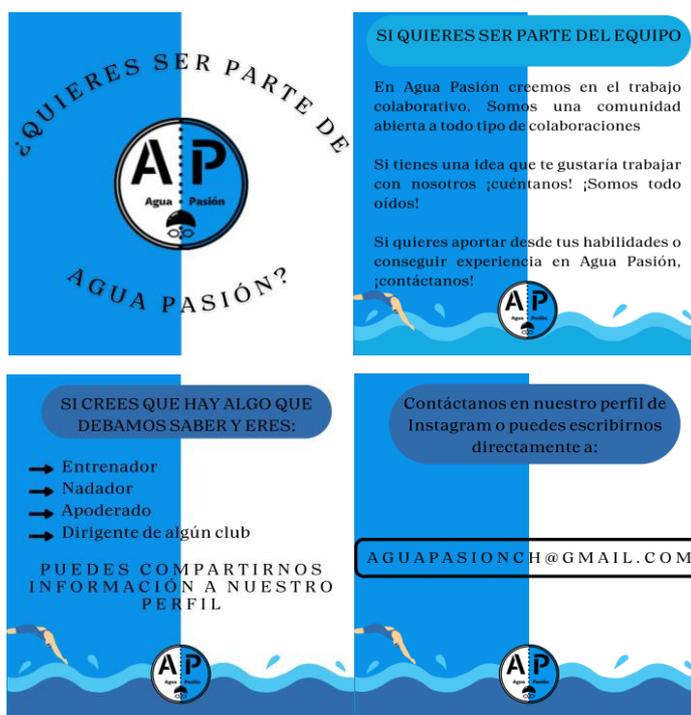


Imagen elaborada por Agua Pasión

- Búsqueda de auspiciadores para pagar dominio: Se le ofrecerá a distintas marcas de deportes acuáticos el poder salir en algún video de Agua Pasión como auspiciador, a cambio de una suma de 20.000 CLP. Además, se ofrecerá realizar menciones en nuestra página web, Instagram y Facebook. El precio se basa en el alcance de nuestro medio en las distintas plataformas que poseemos e irá variando según estas estadísticas vayan aumentando o disminuyendo.

7. Fuentes

Fuentes entrevistadas para sitio web y RR.SS (consentimientos en anexo p. 92)	
Nombre	Experiencia/Aporte
Rodrigo Bañados	Head Coach de la selección nacional de natación clásica.
Maximiliano Cereceda	Nadador seleccionado nacional. Participó en los Juegos Panamericanos Santiago 2023.
Arantza Salazar	Nadadora seleccionada nacional. Participó en los Juegos Panamericanos Santiago 2023.

Fuentes de datos de reporte en torneos	
Nombre	Experiencia/ Aporte
Federación Chilena de Deportes Acuáticos	Proporcionó a Agua Pasión el calendario de competencias de natación clásica de la temporada 2023 - 2024.
Rafael Nieto	Entrenador de natación clásica, que compartió con Agua Pasión la base de datos de récords nacionales chilenos que se va actualizando en tiempo real.
Valentina González	Funcionaria de Fechida que comparte con Agua Pasión los documentos oficiales de resultados de competencias.
Álvaro Covarrubias	Entrenador de natación clásica con vínculos fuertes en la selección nacional. Comparte con Agua Pasión las principales novedades de lo que está pasando en el circuito acuático nacional.
Aplicación Meet Mobile	Aplicación móvil que permite seguir en tiempo real los resultados de todas las competencias de natación clásica alrededor del mundo.

8. Consideraciones éticas

Agua Pasión es un proyecto periodístico independiente. Su línea editorial se enfoca en contribuir al crecimiento y desarrollo de la natación en Chile, ya sea informando sobre distintos eventos competitivos o denunciando situaciones de precariedad, faltas de condiciones para competir y/o diversos problemas que puedan afectar a las y los nadadores. En base a este último punto, es que en Agua Pasión damos espacio para que se puedan desarrollar estas temáticas, lo cual no suele realizarse desde las comunicaciones oficiales referentes a la natación nacional.

Para el correcto desarrollo de nuestro contenido, son esenciales los valores de transparencia, independencia, diversidad, tolerancia y una incesante búsqueda de información veraz.

Agua Pasión se compromete a salvaguardar la integridad de sus fuentes, reconociendo los contextos individuales y derechos personales como prioritarios frente a la información. Nos regimos por el respeto al derecho a la privacidad y el uso de la imagen, asegurando una gestión responsable y ética de la información en el entorno digital.

9. Consideraciones finales

Al inicio de este proyecto se pensó en cómo poder visibilizar la escena acuática nacional, y a su vez, ayudar al desarrollo de la misma dando un espacio para que las y los protagonistas de este deporte puedan expresarse y difundir las distintas problemáticas que existan o puedan surgir.

Al realizar una comparativa con otros medios similares, se toma en consideración la importancia de los formatos en los que se comunicará. Es por eso que, además de contenido escrito y visual, se determina la relevancia de la presencia del contenido audiovisual. Por lo tanto, es correcto identificar a Agua Pasión por ser un medio multiplataforma, el cual está en constante adaptación a las nuevas herramientas digitales y de comunicación, aprovechándolas para crear nuevas formas de compartir y difundir información veraz.

En un comienzo no se tenía certeza respecto a la cantidad de público que se obtendría en este proyecto. Por motivos expuestos al inicio de este informe, es lógico creer que en un país donde todas las miradas se las lleva el fútbol, un medio digital dedicado a la natación no tenga tanto alcance. Sin embargo, los resultados obtenidos hasta la fecha demuestran que existe un interés real por lo que ocurre en la escena acuática nacional.

Finalmente, es importante la difusión de lo que ocurre a diario en el mundo de la natación chilena. Ayudar a la visibilidad del deporte frente a autoridades, auspiciadores y personas comunes al mostrar las necesidades que manifiestan las y los deportistas frente a diversas problemáticas, orientados hacia la colaboración del desarrollo de este deporte que tanto amamos.

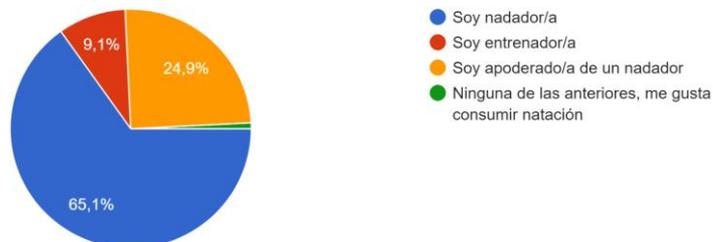
10. Anexos

Consentimiento de entrevistas:

<https://drive.google.com/file/d/10h-sL5LHy7laiepkqVACEmDFLkH8W2C5/view?usp=sharing>

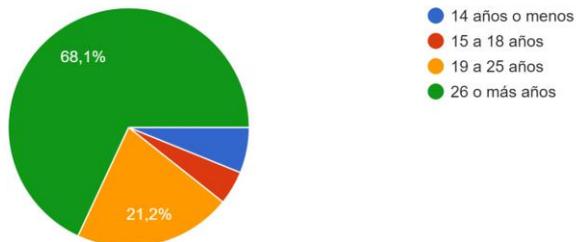
- Resultados encuesta Usuario Arquetipo

¿Cómo te relacionas con la natación?
373 respuestas



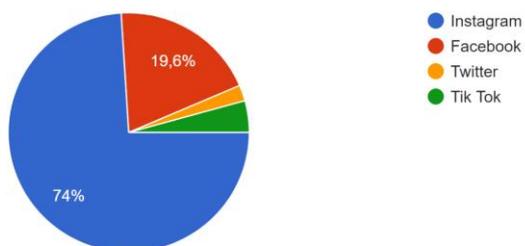
¿Qué edad tienes?

373 respuestas



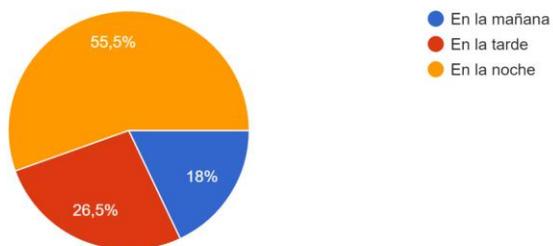
¿Cuál red social utilizas más?

373 respuestas



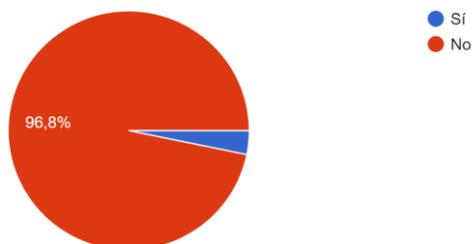
¿En qué momento del día revisas más tus redes sociales?

373 respuestas



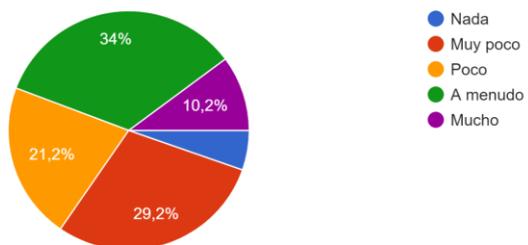
¿Crees que es suficiente la cobertura periodística actual respecto a la natación chilena?

373 respuestas



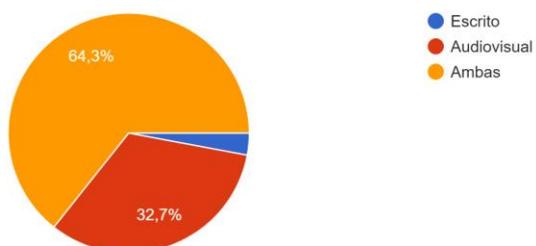
¿Cada cuánto consumes noticias y/o contenido respecto a natación chilena?

373 respuestas



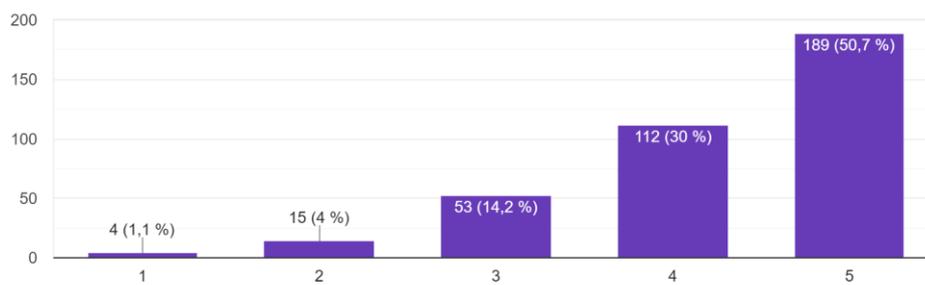
¿Cuál de los siguientes formatos te acomoda más para consumir contenido?

373 respuestas



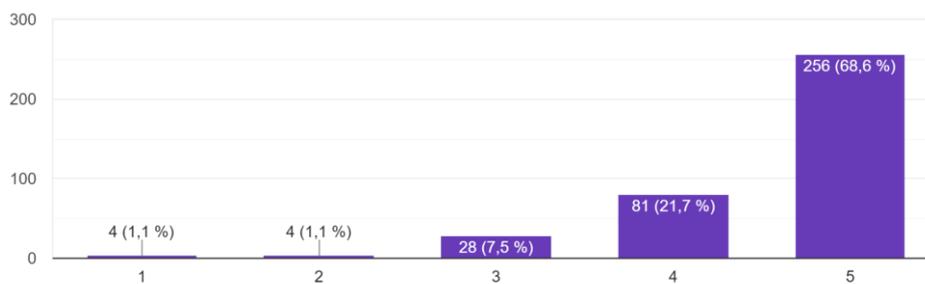
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido de entrevistas a nadadores, entrenadores, etc?

373 respuestas



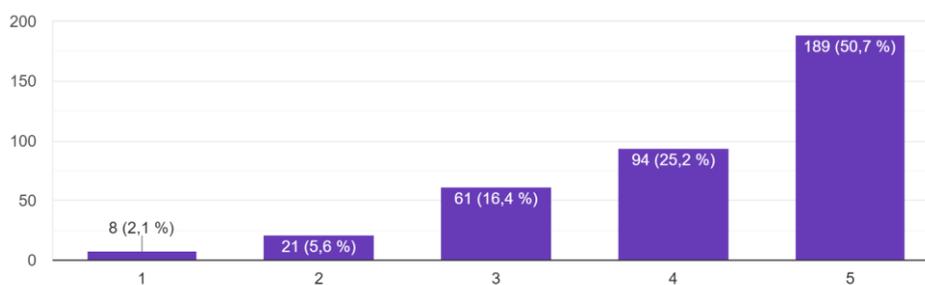
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido que cubra las competencias de la temporada?

373 respuestas



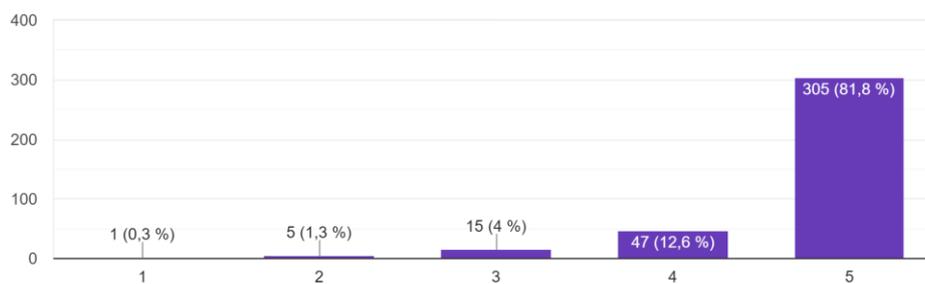
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido con perfiles de clubes nacionales?

373 respuestas



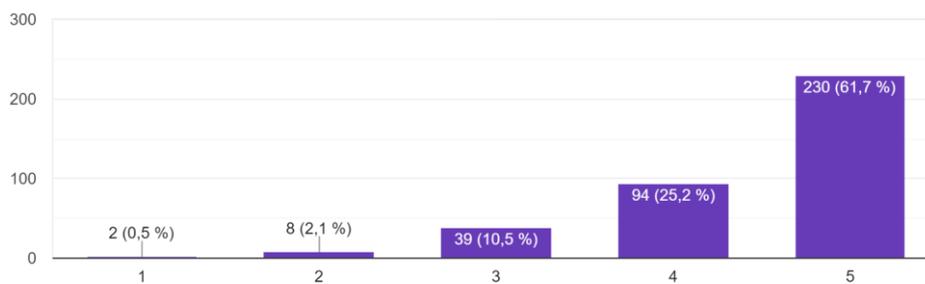
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido respecto a los juegos panamericanos Santiago 2023?

373 respuestas



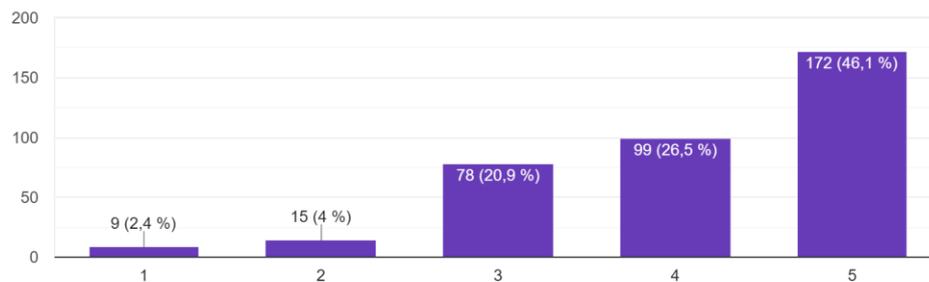
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido recomendando implementos, trajes de baño, alimentación, etc?

373 respuestas



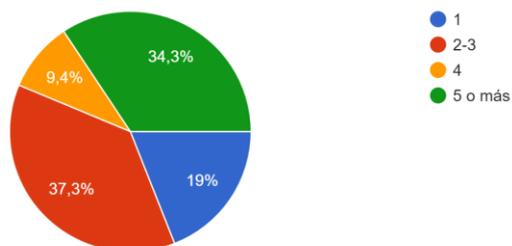
¿Cuánto crees que te interesaría ver contenido de ocio sobre natación?

373 respuestas



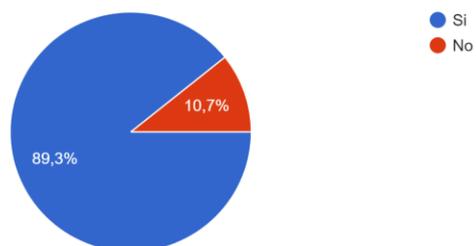
¿Cuántos nadadores/as destacados a nivel nacional crees que conoces?

373 respuestas



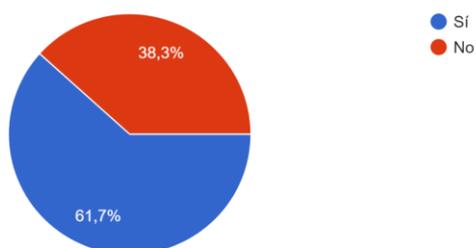
¿Te interesaría que se generaran perfiles de estos/as nadadores/as?

373 respuestas



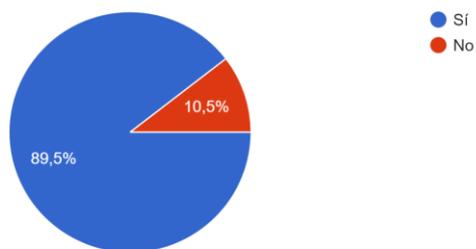
¿Sabías que en Chile, además del circuito federado, existe un circuito universitario?

373 respuestas



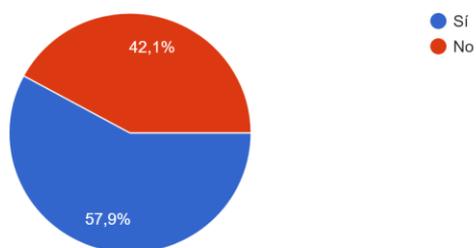
¿Te interesaría la cobertura de este circuito?

373 respuestas



Como lector ¿Te gustaría tener contacto con editores de nuestro medio, para colaborar con el contenido del sitio web de manera desinteresada?

373 respuestas



Resultados por usuario

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1QcETDN_2shb7T5_xz-auSszY8P24pygOzQBBpIMwoc/edit?usp=sharing

- Resultados cardsorting a usuarios potenciales

Card	Sorted into	Categories	Frequency	Position
Chilenos por el mundo	8 categories	<ul style="list-style-type: none"> competencias de natacion Información otros Show 5 more categories 	1 1 1	1.0 1.0 1.0
Competencias	5 categories	<ul style="list-style-type: none"> Competencias Nadadores en acción Resultados competencias de natacion noticias Show fewer categories 	4 1 1 1 1	2.5 1.0 1.0 2.0 2.0
Entrenamientos	6 categories	<ul style="list-style-type: none"> Noticias Natación nacional Competencias Show 3 more categories 	3 1 1	2.7 2.0 4.0

<https://app.optimalworkshop.com/optimalsort/1vxh5ya0/wiv0lfpj/shared-results/436n9bpvgtnpewrksx7880jeeb4hydd0#/t/results/overview>

- Wireframe sitio web

<https://marvelapp.com/prototype/jfca83e>

- Entrevistas multimedia producidas por Agua Pasión

- 1) Arantza Salazar

Portada:



Link entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=S0hYTggYGb0&t>

2) Rodrigo Bañados

Portada:



Link entrevista:

<https://www.youtube.com/watch?v=OTHuMLq-Q0o&t>

- Video “Natación: 3 salidas”

Portada:



Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=XZmF0vvTdLQ>

- Capítulo 1 de Chat Lane: con Maximiliano cereceda

Portada:



Link:

<https://open.spotify.com/episode/4k7YtBWqFYfIoHBRr46O93>

11. Bibliografía

Revistas

Los Sports (1927). Conversando con el director de Educación Física. p.2

Los Sports (1927). Natación: Le May no habla, Le May trabaja. p.2

Los Sports (1928). El Secretario de la IV Zona, en la Asociación de Natación y Waterpolo de Chile, don Gustavo Weber, habla para Los Sports”. p.11

Los Sports (1929). Santiago cuenta con una nueva y moderna piscina. p.4

Los Sports (1930). Las escuelas de Providencia tienen piscina gratis. p.26

Los Sports (1930). Conversando con el nuevo entrenador de natación. p.36

Investigaciones

Al Aire Libre. (2019, diciembre 10). Mindep denunció a Federación Chilena de Deportes Acuáticos por apropiación indebida de recursos. AlAirelibre.cl.

<https://www.alairelibre.cl/noticias/deportes/gobierno/ministerio-del-deporte/mindep-denuncio-a-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos-por/2019-12-10/193543.html>

Arancibia, F. (2023, agosto 22). Santiago entra en modo Panamericanos: 16 disciplinas agotaron sus entradas y sólo quedan 700 mil disponibles. Interferencia.

<https://interferencia.cl/articulos/santiago-entra-en-modo-panamericanos-16-disciplinas-agotaron-sus-entradas-y-solo-queda>

Bleyan, V. (2021, febrero 16). Santiago “Morro” García: Depresión, Suicidio Y El Papel Del Periodismo Deportivo. Index Media. <https://indexmedia.com.ar/santiago-morro-garcia-depresion-suicidio-y-el-papel-del-periodismo-deportivo/>

Cl, A. (2023, julio 13). Cuatro disciplinas agotadas: Santiago 2023 vendió 200.000 entradas en las primeras 24 horas. [AlAirelibre.cl](https://www.alairelibre.cl).

<https://www.alairelibre.cl/noticias/deportes/olimpismo/juegos-panamericanos/cuatro-disciplinas-agotadas-santiago-2023-vendio-200-000-entradas-en/2023-07-13/155845.html>

Cornejo A. (2023, mayo 24). Mahina Valdivia se lanza con todo frente a la Federación Chilena de Deportes Acuáticos: “La presidenta es una persona muy corrupta”. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/el-deportivo/noticia/mahina-valdivia-se-lanza-con-todo-frente-a-la-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos-la-presidenta-es-una-persona-muy-corrupta/EU6PGI2URNB7BOL4ZZUKC6KIIY/>

Deporte Municipal. (2023, julio 7). Descubre el Deporte más Popular del Mundo en Chile. *Deporte Municipal*. <https://deportemunicipal.cl/deporte-mas-popular-del-mundo/>

González C. (2013, agosto 6). La grave crisis que vive la Federación Chilena de Deportes Acuáticos. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/noticia/la-grave-crisis-que-vive-la-federacion-chilena-de-deportes-acuaticos/>

Gómez, F. (2023, julio 10). Panamericanos 2023: federaciones denuncian problemas de preparación debido al retraso en las obras. *Radio Pauta 100.5*. <https://www.pauta.cl/deportes/2023/07/10/panamericanos-2023-federaciones-denuncian-problemas-de-preparacion.html>

Haddad, E. (13 de Julio de 2023). Otro golpe al Bowling en los Panamericanos: Será el único deporte sin espectadores. *Emol*. <https://www.emol.com/noticias/Deportes/2023/07/13/1100867/bowling-panamericanos-publico-happyland.html>

Hidalgo, C. (2022, octubre 14). Chile online: conexión a Internet sube y alcanza casi al 90% de los hogares. *CPI; Infraestructura Pública*. 15 <https://www.infraestructurapublica.cl/chile-online-conexion-a-internet-sube-y-alcanza-casi-al-90-de-los-hogares/>

Laoyan, S. (2022, noviembre 15). Qué es Design Thinking y cómo aplicarlo [2022] • *Asana* <https://asana.com/es/resources/design-thinking-process>

Ligup. (s/f). Federación Chilena de Deportes Acuáticos - Historia. *Federación Chilena de Deportes Acuáticos*. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://www.fechida.cl/secciones/3332>

Mathew, S. (2021, julio 27). Swimming gives your brain a boost – but scientists don’t know yet why it’s better than other aerobic activities. *The Conversation*. <http://theconversation.com/swimming-gives-your-brain-a-boost-but-scientists-dont-know-yet-why-its-better-than-other-aerobic-activities-164297>

Overview. (s/f). *World Aquatics*. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de <https://www.worldaquatics.com/about>

Red Ética(2019, mayo 22). Proponen 10 recomendaciones para una cobertura deportiva responsable. *Fundación Gabo*. <https://fundaciongabo.org/es/etica->

[periodistica/recursos/proponen-10-recomendaciones-para-una-cobertura-deportiva-responsable](#)

Rodríguez, R. L. (2018, abril 14). La natación: un ejercicio completo para tu salud. Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/la-natacion-ejercicio-completo-salud/>

Serie cronológica de presidentes |. (s/f). Consanat.com. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de https://consanat.com/?page_id=48

Siebert F. (2019, junio 24). Los deportistas tenemos que estar dispuestos a ayudar para que las generaciones que vengan cuenten con el apoyo que a nosotros nos faltó. Uchile.cl. <https://uchile.cl/noticias/154971/entrevista-a-barbara-hernandez-nadadora-de-aguas-gelidas>

UE. Directrices de actividad física de la EU. Actuaciones recomendadas para apoyar la actividad física que promueve la salud. Bruselas, 2008. https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/eu-physical-activity-guidelines-2008_es.pdf

Zamorano, J. (2023, septiembre 26). Natación chilena irá a entrenar a Perú para Santiago 2023: complejo acuático no está operativo. Bio Bio Chile. <https://www.biobiochile.cl/noticias/deportes/mas-deportes/2023/09/26/nadadores-team-chile-entrenaran-en-peru-por-falta-de-piscina.shtml>

Textos

Acuña, P. (2020). ¡Formemos espartanos chilenos! Políticas y campañas deportivas durante la dictadura de Carlos Ibáñez, 1927-1931. Cuadernos de historia (Santiago), (52), 233-261. <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-12432020000100233>

Belloch, S. L., Soriano, P. P., & Aparicio, I. A. (2011). Historia de la Natación I: desde la Prehistoria hasta la Edad Media. Citius, Altius, Fortius, 4(2), 51-83.

Borges, Raphaella Khareniny Fernandes de Melo; Maciel, Rosana Mendes. La influencia de la natación en el desarrollo de la psicomotriz en niños de educación infantil. Revista científica multidisciplinaria base de conocimiento. Año 1. Vol. 9. págs. 292-313, octubre y noviembre de 2016. ISSN. 2448-0959

Boxwell RJ. Benchmarking para competir con ventaja. Madrid: McGraw Hill, 1994. p.26-29

Contenidos, H. N. (2018, diciembre 5). Estudio arrojó que existen 14,8 millones de usuarios de Internet en Chile. Hosting Rápido con cPanel y certificado SSL en Chile | HN Datacenter. <https://www.hn.cl/blog/estudio-arrojo-que-existen-14-millones-de-usuarios-de-internet-en-chile/>

MÁRQUEZ, S. Diferencias en componentes de la ansiedad competitiva entre practicantes de deportes individuales y colectivos. *Revista de entrenamiento deportivo*, v. 8, n. 3, p. 11-14, 1994.

ONU Mujeres. (2021). *Perspectiva de Género en el Periodismo Deportivo: Para una información deportiva libre de estereotipos*. ONU Mujeres. <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documentos/Publicaciones/2021/07/GUIA%20UVLO%20periodismo%20deportivo%20final%20WEB.pdf>

Organización Internacional de Normalización. (2018). *Ergonomía — Diseño accesible — Accesibilidad de la información presentada en pantallas de productos de consumo pequeño (ISO 24552:2020)*. <https://www.iso.org/standard/73276.html>

Organización Internacional de Normalización. (2018). *Ergonomía de la interacción persona-sistema — Parte 11: Usabilidad: Definiciones y conceptos (ISO 9241-11)*. <https://www.iso.org/standard/73276.html>

Pla-Campàs, G. (2015). Sobre mitos de la natación competitiva y la natación educativa: una mirada histórica y cultural desde Elías Juncosa= About swimming performance myths and educational swimming: an historical and cultural perspective from Elías Juncosa. *Materiales para la Historia del Deporte*, (13), 78-95.

Serrano Mascaraque, E. (2009). Accesibilidad vs usabilidad web: evaluación y correlación. *Investigación bibliotecológica*, 23(48), 61-103. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-358X2009000200004&script=sci_arttext

Informes, Reportes, Protocolos y otros

Asociación Chilena Máster de Natación. (2017) *Problemáticas de la FECHIDA*. <https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=106954&prmTIPO=DOCUMENTOCOMISION>

We Are Social y HootSuite. (15 de febrero de 2022). DIGITAL 2022: CHILE.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=chile>