

ANEXO 1. Entrevista: Myriam Guerrero, pionera del fútbol femenino en Colombia

Fecha de realización: 2 de octubre de 2019

Entrevistada: Myriam Guerrero – Exjugadora y entrenadora de fútbol

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADA MYRIAM GUERRERO: Laura buenos días, buenos días para todos, para toda la audiencia de este prestigioso programa, de este prestigioso canal y cómo no compartir momentos de alegría en este momento tan importante que se está viviendo en el fútbol femenino en Colombia.

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Profe, hay que contar la historia de Myriam Guerrero porque, son muchas las pioneras del fútbol femenino, pero usted aquí en la capital ha sido un ejemplo y queremos que nos cuente cómo ha sido este proceso porque usted tiene una historia muy peculiar; y empezamos por su formación como futbolista en una década que todavía no era muy aceptado en nuestra sociedad.

M.G: Bueno sí, fue complicado porque obviamente en la década de los ochenta, la década de los noventa, que una mujer se pusiese unos guayos se vistiese de cortos y saliera a jugar al fútbol, era tomado muy despectivamente, digamos que actitudes muy peyorativas, pero pues ya estaba, como decimos, contagiada por el bichito del fútbol, esto se lo debo a mi hermano mayor que siempre me llevó a las canchas a verlo jugar, y nada, siempre quise jugar al fútbol, prepararme para ser entrenadora de fútbol, dirigir al fútbol y también

explorar otros campos como el análisis, el comentario y eso es algo que definitivamente puedo decir que he vivido y vivo del fútbol, para el fútbol y con el fútbol.

L.B: Justamente estamos aquí sentadas en una cancha de fútbol por eso, porque la mayor parte de su vida ha estado en una cancha de fútbol y decía en un principio, la primera mujer en jugar en el extranjero, cuéntenos esa historia, llegó hasta Rusia.

M.G: Sí, todo se debe a una gran oportunidad académica, yo estaba en mi último semestre de Educación Física en la Universidad Pedagógica Nacional y mi entrenador de fútbol de salón, -en ese entonces no se jugaba sala sino salón-, Juan Carlos Gutiérrez me ofreció una oportunidad para irme con él a hacer una especialización en Rusia, nos fuimos para allá y estando en la parte académica, también me contactó el equipo de la Universidad que inicialmente lo hicimos con fútbol 8, de ahí en el torneo de fútbol 8 me vio el equipo de la universidad de las cercanías de Moscú, que se llama Oblast, y pues quisieron que yo jugara el campeonato nacional con ellos en Moscú y así lo hicimos y pues fue un desempeño espectacular de todo el grupo, llegamos a la final y pues no logramos el título pero llegamos a un honroso segundo lugar, en lo que era antes la Unión Soviética.

L.B: En esa época alrededor del 87, usted llega allá y como jugadora, ¿por qué la llamaron?, ¿Cuéntenos cómo era usted como jugadora para llegar a un equipo en Rusia y llegar hasta una final?

M.G: Bueno yo era una jugadora que tenía muy buen manejo del balón, era muy técnica y en ese momento digamos que, el desempeño que tenía era un poquito más de generadora de fútbol, un poquito con más visión hacia la parte ofensiva, entonces comencé jugando

como volante 10 en el equipo de la Universidad y fue una experiencia extraordinaria, pienso que fue la primer vez que yo escuché un Colombia, Colombia desde la tribuna porque justo en la semifinal hicimos el “Partido de la Vida”, logré anotar un gol y no fue el festejo ni el grito del nombre de la Universidad sino de Colombia, Colombia, Colombia y eso fue, yo pienso que, lo más emocionante que me pudo respaldar para que yo siguiera en esa ruta y en este sendero que tantas satisfacciones me ha dado.

L.B: La primera mujer que tomó un curso de Dirección Técnica en el mundo, ¿fue usted?

M.G: Sí, yo creo que por lo menos en la Unión Soviética, obviamente no en Francia, no en Alemania, no en otros porque ellos llevan mucho tiempo, en Inglaterra, pero por lo menos en lo que era la Unión Soviética en ese momento, en Moscú en el 87 y mucho más una extranjera.

L.B: Que eso se diese algún día, se dio en el 97 cuando se crea la primera selección Colombia femenina y usted estuvo ahí.

M.G: Sí, si, gloria a Dios por eso porque ese “algún día” lo recordé tanto, tanto, yo lloraba cuando nuestro entrenador y la en la Liga nos dijeron que Fútbol había hecho la convocatoria y que el equipo que quedara campeón iba a ser la base en selección Colombia para el Suramericano de Mar del Plata Argentina en el 98 y creo que todas nos conectamos con el profesor Juan Carlos Gutiérrez, con su cuerpo técnico y quedamos campeonas y fuimos la base de esa selección y siempre, siempre representar a Colombia fue yo creo que de las cosas más hermosas, yo lo había vivido individualmente y vivirlo colectivamente fue

algo que, creo que pocos, somos un país de cerca de 48 millones de personas pero no sé cuántos cientos o cuántos miles hemos tenido el privilegio de representar a nuestro país fuera y saber lo que se siente, fue bastante, bastante gratificante.

L.B: Profe y además de esa primera selección usted portó la cinta de capitana.

M.G: La experiencia de ser capitán pues yo pienso que la vida lo recompensa a uno, los grupos lo recompensan a uno, los cuerpos técnicos lo recompensan a uno y cuando Dios le da a uno dones y talentos para no solamente jugar bien al deporte sino para ser una líder, para sembrar en la gente y para sembrar en las compañeras, pues qué mejor que portar esa cinta de capitán, creo que lo hice también en plenitud de condiciones y en esas primeras selecciones no me decían Myriam ni compañera sino “la profe”, porque sabían que era entrenadora de fútbol, porque sabían que aparte de jugar con ellas, estaba trabajando en la formación de niños, de niñas, de jóvenes, a nivel universitario también entonces, de verdad Laura que son de esas cosas que creo que los que la he hemos vivido y los que las hemos sentido de qué estoy hablando y los que no, pues que se animen para llegar allá.

L.B: Profe, ya después de ser jugadora, de portar esa cinta de capitán, llega la hora de estar en la raya, diciendo en la Selección Colombia, cómo se dio este tránsito, porque fueron en pocos años.

M.G: Si, si, definitivamente nunca me voy a olvidar las palabras de Margarita Martínez de Medellín, que fue mi asistente técnica y también estuvo con nosotros en el proceso del 98, porque me decía, “no hija, pero usted cayó parada o qué” y yo le decía “pues no sé, simplemente lo que se trabaja, lo que se busca y lo que se logra”.

Cuando terminé el proceso como jugadora, mis propias jugadoras -porque yo empecé siendo entrenadora del Club Deportivo Vida-, y mis propias jugadoras fueron las que me motivaron a que presentara la convocatoria de Selección Bogotá, yo lo hice así, pasé el concurso, pasé todos los procesos que ellos hicieron, fui nombrada entrenadora de Bogotá y en el 2002 volvió a suceder lo que sucedió en el 97, Fútbol hace la convocatoria con la misma, con los mismos parámetros, que el equipo que quedara campeón iba a ser base de Selección Colombia con su cuerpo técnico y volvimos a ganar en Medellín ese derecho y ahí fue cuando empecé a trabajar con la selección mayores en el 2003.

En el 2003 volvimos a participar con Bogotá, volvimos a quedar campeón y eso me dio derecho a ser la Directora Técnica de la Sub 20 en el 2004.

L.B: Profe y aquí empieza ese proceso de conocer a jugadoras que hoy están en esa liga profesional y que incluso jugaron la final de la Liga Femenina, caso Oriánica Velásquez, Paula Botero, Sandra Sepúlveda, jugadoras de Independiente Medellín.

M.G: Sí, qué emocionante fue para mí ver eso, que conmovedor, yo le decía a mi familia porque estábamos reunidos con mi familia que recordaba mucho el inicio de Oriánica Velásquez, al ver a esta niña linda Caicedo del América porque Ori comenzó conmigo en los 14 años en Selección Bogotá y se le veía ese futuro, se le veía ese temple, se le veía ese carácter y esa categoría, que siguió mostrando hasta esta Final, con Paula, con Sandra, fue un proceso muy lindo en Selección Sub 20, con Naila Imbachi en Selección Mayores, muchas jugadoras de las que participaron en las tres versiones de la Liga, tuve el honor de dirigirlas y no me equivoqué, todas las que yo pensé que iban a llegar muy lejos llegaron muy lejos y las felicito y que esto todavía sigue dándole la oportunidad de

cosechar triunfos y éxitos como hasta ahora. Definitivamente lo que es para nosotras es para nosotras.

L.B: Profe, muchas gracias por este espacio y por conocer lo que fue y es Myriam Guerrero para el fútbol femenino, y esperamos también verla, en algún momento en la línea, que es lo que usted más ama.

M.G: Gracias Laura, Dios te bendiga por esas palabras y sí, aquí estamos, Myriam Guerrero está primero que todo esperando esa indicación de Dios y segundo, si él lo aprueba esperando las ofertas, sé que tengo mucho para dar todavía, hay mucho rato en Myriam Guerrero y todo lo que tenga que ver con el fútbol femenino y en lo cual yo pueda aportar desde cualquier área, así lo voy a hacer porque amo esto, porque he amado a Colombia, porque he amado el fútbol femenino y porque así va a ser hasta que Dios lo disponga.

L.B: Myriam Guerrero en el Canal que todos queremos, contando esa historia de cómo nació el fútbol femenino en Colombia en Bogotá, y también de esas pioneras que han estado desde la década del 80, hasta hoy luchando por el fútbol femenino.

Independiente Medellín y América de Cali disfrutaron una grandiosa Final, que ustedes pudieron disfrutar en el Canal que todos queremos, pero es gracias a también un trabajo que se ha venido realizando desde muchos años atrás y que sigue para adelante y por supuesto, el Canal de Win Sports estará siempre al lado del fútbol femenino.

ANEXO 2. Entrevista: Cómo se comenta el fútbol femenino

Fecha de realización: 7 de noviembre de 2019

Entrevistado: Jhon Jairo Miranda – Periodista y comentarista deportivo

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Bueno JJ, primero, cómo es tu nombre completo cuál ha sido tu experiencia como periodista hasta llegar acá a Win.

ENTREVISTADO JHON JAIRO MIRANDA: Bueno mi nombre es Jhon Jairo Miranda, yo nunca supe por qué me pusieron así pero bueno, mi papá, ni siquiera mi papá sabe. En cuanto a experiencia comencé como periodista deportivo en el año 92, es decir que ya este año cumplí 27 años como periodista, siempre en deportes, nunca he hecho nada diferente a deportes, he hecho radio, he hecho televisión, tuve por ahí un acercamiento a prensa, pero lo mío ha sido en cincuenta y cincuenta radio y televisión en 27 años.

L.B: ¿Cuáles han sido tus acercamientos al fútbol femenino, desde antes de llegar a Win ya habías hecho algo sobre fútbol femenino o viniste a trabajar en ello, acá?

J.J.M: Pues sí había hecho cosas con fútbol femenino a nivel de cubrimientos no deportivos como tal pero sí haciendo realización, haciendo notas, yo vengo de una ciudad que es una de las pioneras del fútbol femenino en Colombia que es Cali, de hecho, dicen algunos que el verdadero fortalecimiento del fútbol femenino en los 80 y comienzo de los 90 en Colombia se dio en el Valle del Cauca y en Cali entonces estuve cerca a esos procesos, haciendo notas, conociendo algunas jugadoras, pero no metido de lleno,

simplemente eran cosas ocasionales, entonces la Sarmiento Lora o Café Águila Roja participaba, esos equipos que son emblemáticos del fútbol femenino en el Valle del Cauca o Juventudes Palmiranas participaba en algún evento y se hacía la nota de registro como tal.

L.B: Ya en Win, tienes la oportunidad de comentar partidos de la tercera edición de la Liga, ¿cómo fue esta experiencia y cómo periodista, ¿cómo te preparaste para llegar a hacer este cubrimiento?

J.J.M: Yo, te digo, sinceramente tenía mucho temor, porque es una responsabilidad más grande, es una responsabilidad desde todo punto de vista, primero el lenguaje es diferente, yo no digo que el deporte es diferente porque igual es fútbol, pero, la forma como se desarrollan los partidos de fútbol femenino, son diferentes y eso obliga a que uno tenga un time in, un ritmo diferente, para hablar de ese tipo de deportes, de ese tipo de deportes practicado por mujeres.

Hay que ser muy cuidado en el lenguaje, más ahora, y hay que ser muy respetuoso, yo siempre he pensado que, cuando se habla del fútbol femenino, hay que elogiar y enaltecer una actividad deportiva que aquí fue discriminada y que ahora, afortunadamente está recibiendo pues, la apertura, una apertura tan importante como la que hemos tenido, entonces, era prepararme desde, borrar de mi chip, palabras que no debía usar, -te voy a poner un ejemplo-, las niñas, me entiendes, las niñas, puede que para uno como hombre sea una palabra cariñosa o afectuosa o delicada, pero resulta que no, son mujeres que juegan fútbol, punto, futbolistas, las futbolistas.

Modificar por ejemplo el género del árbitro, ¿no?, entonces, investigué y me di cuenta que se puede y se debe decir “la árbitra”, y está bien dicho y está perfectamente dicho, entonces todos esos detallitos fueron necesarios para irlos puliendo, no ir a ... Por ejemplo, en el fútbol masculino se usaba, -y los que tenemos ya algunos años en esto-. Cuando a un jugador le pegan en ciertas partes, hablamos de las partes nobles, de las partes íntimas, esa fraseología no se puede llevar al fútbol femenino porque es un manejo diferente.

Entonces no sé si de esa manera te resumo un poco alguna preparación que pude tener para eso.

L.B: Más allá del lenguaje, en cuanto a tener cuidado de las palabras que pueden sonar feas o erróneas, algo diferente, es decir, al analizar el juego, ¿cambió mucho a lo que se hacía o hacías cuando comentabas o estabas en un cubrimiento de un partido masculino?

J.J.M: Depende, para el fútbol profesional, no tanto, me parece que el fútbol profesional en Colombia tiene un nivel que permite que uno hable casi en los mismos parámetros, casi en la misma línea del fútbol masculino, tal vez es menos dinámico el fútbol femenino eso sí, tal vez es menos dinámico.

Ya el fútbol, a nivel de ligas, a nivel de pre juveniles, de jugadoras que están en ese proceso formativo sí es más lento, sí es menos dinámico, y obliga a que uno tenga que mirar menos la pelota ¿no?, mirar menos el espacio en el que se está moviendo el balón en el momento de la jugada y ver un poco más la periferia y enseña mucho, enseña mucho porque uno viene de unos ritmos con el fútbol masculino que son prácticamente los mismos, y uno entra en unos patrones de comentario que son casi cliché, casi uno redonda

en lo que dice de partido a partido, los mismos, los lugares comunes son casi los mismos de partido a partido excepto que ocurra algo trascendente, con el fútbol femenino aprendí que eso puede cambiar. Y eso es porque las dinámicas son diferentes, no más rápidas ni más lentas, son diferentes.

L.B: Y ¿cómo se puede explicar esa diferencia a la que te refieres?, un poco.

J.J.M: Mira por ejemplo los hombres son más físicos, los hombres chocan más, los hombres van un poco más como decimos “al bulto”, las mujeres buscan más el espacio, el control y el pase, las mujeres no se distraen mucho excepto un par de excepciones, jugadoras como Caicedo, ¿sí me entiendes?, que son muy hábiles en espacio corto y en espacio largo, pero por lo regular las mujeres dinamizan desde la entrega, desde el pase, el desarrollo de un partido, los hombres no, los hombres son más individualistas, los hombres chocan más, los hombres buscan más, proponen más los duelos uno contra uno, entonces uno siempre se va con el que lleva la pelota y el que está haciendo la jugada, en el fútbol femenino no, una mujer toma la pelota y lo primero que hace después de controlar es levantar a quién le voy a dar para descargar, entonces esa dinámica hace que uno tenga que ver quién cae y quién no cae, quién abre el espacio, quién genera el espacio y quién está pues en disposición de recibir, y te cambia totalmente la perspectiva.

Además, las velocidades físicas son diferentes, las mujeres no son tan veloces, físicamente, los hombres sí, entonces los espacios que se generan en un partido femenino son más grandes, son más amplios, hay mayor amplitud y eso te da más posibilidades de ver de otra manera el juego.

L.B: Algo que quizás se tenía en la memoria colectiva es la frase de que “uy las mujeres se levantan rápido cuando les pegan, no buscan la falta y no actúan” pero a veces se quedaba como en eso el comentario del partido, caso distinto sucedió en esta tercera edición con periodistas, hago referencia a ti que buscaban olvidar eso y enfocarse simplemente el análisis de un partido normal, sin hacer comparaciones, ¿Cómo fue este desarrollo?

J.J.M: Mira que me devuelvo no sé si fue a la primera o segunda pregunta que me hiciste, ese fue otro ejercicio que hice, es decir no los podemos comparar, no las podemos comparar a ellas con ellos. Y otro ejercicio que hice fue quitarme de encima eso que para muchos podría ser como elogio, pero terminaba siendo más que elogio, denigraba de los hombres, y las hacía ver a ellas como que estaban haciendo bien las cosas y ellos no y ese comparativo no viene bien, yo pienso que son actitudes diferentes, son formas de ver el juego diferente y son formas de reaccionar diferentes.

Evidentemente las mujeres pierden menos tiempo, las mujeres no tratan de comprar o que el árbitro compren ciertas acciones en la cancha, pero es porque el desarrollo del juego es así, es un poco como si tú miras la plasticidad de un gimnasta y la comparas de un gimnasta hablo hombre, o comparas esa misma plasticidad con la de una gimnasta, son plasticidades diferentes y no puedes entrar a decir “es que miren como esta mujer sí hace muy bien el split porque este hombre no lo sabe hacer, o no lo hace bien”, no, son plasticidades diferentes y en esas plasticidades no caben comparaciones.

L.B: En lo personal JJ, ¿cómo has visto ese desarrollo de los medios a eso, a evolucionar un poco en dejar atrás que sólo es fútbol masculino, en cambiar ese lenguaje y dar ese salto de calidad a un periodismo correcto para el fútbol femenino?

J.J.M: Yo creo que los periodistas y el periodismo en general sigue estando en deuda con el fútbol femenino, yo creo que nos falta mucho todavía y nos falta mucho crecer en el interés que los periodistas y los medios, excepto, la cadena, la empresa en la que trabajamos, que evidentemente le abrió la puerta al fútbol femenino, debe tener; la referencia es muy poca todavía, las notas son muy pequeñas, excepto que haya una final, o excepto que se esté jugando un partido pues, trascendente, no hay la suficiente difusión de hecho a mí me llamaba la atención saber que las empresas de radio no transmiten los partidos femeninos y no los transmitieron en la Liga que acaba de terminar, siendo que eran finales con equipos tan representativos como Millonarios, como Medellín, como América, y creo que estamos en deuda.

Ojalá, esto que ha pasado este año, sirva para que el próximo año también la prensa, porque es que nosotros hablamos de, tiene que llegar patrocinio al fútbol femenino, sí, tiene que llegar patrocinio, pero los medios de comunicación tienen que vender también más el deporte como tal y tienen que vender más la competencia para que la gente amplíe su interés, porque de nada vale, y eso le sirve a las empresas y le sirve a los equipos, de nada vale que una sola empresa de televisión como Win Sports, siendo Win Sports el canal deportivo más importante de este país, pero sea el único que hable del fútbol femenino, sea el único que se interese por transmitir fútbol femenino, y los demás estén gritando que es

que tienen que llegar patrocinadores, que es que el fútbol femenino no se vende, pues es una labor creo que del gremio como tal.

L.B: Listo JJ, muchas gracias.

ANEXO 3. Entrevista: Cómo se comportó la sección ‘Así va la Liga Femenina’ en redes sociales

Fecha de realización: 9 de noviembre de 2019

Entrevistado: Pablo Vidal – Social Media Manager de Win Sports

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Bueno Pablo Vidal, primero por favor, preséntate, tu ocupación acá en Win y cuál ese cargo que, aquí trabajas.

ENTREVISTADO PABLO VIDAL: Mi nombre es Pablo Vidal, yo soy el Social Media Manager del Canal, soy la persona encargada en todas las estrategias digitales en los medios sociales del canal.

L.B: Bueno Pablo, desde julio que empezó la Liga Femenina, se empezó a elaborar una sección que se llamaba ‘Así va la Liga Femenina’, que se producía desde Win noticias, ¿cómo le impactó, o cómo se recibió en cuanto a las redes sociales, este formato y este video que duraba aproximadamente entre cinco a siete minutos?

P.V: El impacto fue muy bueno, hay que entender un poco que la gente estaba como esperando algo sobre la Liga Femenina entonces al encontrar un espacio ya sea llevado de la televisión a las redes sociales, de la Liga Femenina obviamente la gente reaccionó muy bien, creo que aportó demasiado para eso, para que la gente se estuviera como comunicando y entendiendo qué estaba pasando en la Liga Femenina, para destacar, hay que destacar que nosotros hacemos la distribución por todos los medios digitales, por

Twitter, Facebook y YouTube, y pues cada uno tiene un comportamiento totalmente distinto pero es un impacto bueno donde colaboró muchísimo que la gente estuviera informada de la Liga Femenina.

L.B: ¿Cómo se distribuye justamente, cada formato en las diferentes plataformas?

P.V: Cada uno digamos, para hacerte un resumen, depende de la extensión, digamos, tenía de cinco a ocho minutos, y a veces cinco u ocho minutos es muy denso para algunas plataformas, digamos un YouTube te lo puede aguantar, en Facebook no lo llevamos, pero llevamos temas muy importantes como las reacciones, que nadie las tenía, o sea al no tenerlas ningún medio de comunicación y nosotros ser los únicos en tenerlas pues tenía un buen impacto y la gente decía “oiga, me estoy informando de lo que está pasando”.

Y también fue un poco de restricción en el tema de que somos celosos con los goles, entonces los goles estaban muy enfocados para la página web, pero sacamos provecho en cada uno, en Twitter sí tratábamos de tenerlo casi todo, también un poco celosos con el tema de los goles, por tema de distribución y también de la exclusividad que tenemos sobre el producto, pero es más o menos esa distribución, las voces eran muy importantes para nosotros, entonces si tú entras a Facebook, siempre de la sección explotábamos todas las voces, por más que de pronto estuvieran distribuidas en un bloque de voces, después goles, bloque de voces, tratábamos de hacer un solo clip de voces, y subirlo todo para que la gente estuviera informada.

L.B: ¿En cuanto a números, no sé si tengas quizás, en cuanto a eso, cuántas reproducciones alcanzó en un promedio, si fue bueno, regular, si tuvo picos altos en algunos momentos en la final, semifinales o fue más bien constante?

P.V: Los picos altos de la Liga Femenina están representados realmente por a quién entrevistas, es decir, si tienes a Catalina Usme obviamente el pico está mucho más alto, yo te puedo contar, creo que una entrevista de Catalina Usme de las semifinales, llegó como a 24 mil reproducciones en Facebook, que es un número muy alto para el algoritmo que ahora maneja Facebook.

Obviamente si ven los números digamos en YouTube de tener 25 mil, 8 mil, 10 mil, es muy alto también, también entendiendo que el nicho de la Liga Femenina es muy pequeño por ahora, e impactar a la gente pues, es complicado, y yo te hago la comparación sencilla: La audiencia de nosotros en redes sociales es prácticamente el 70 – 80 por ciento hombres y el 20 por ciento está llegando en mujeres.

Entonces el impacto igual, de tener 25 mil reproducciones con una voz de Catalina Usme, en una audiencia del 20 por ciento del total, es muy grande, entonces está muy ligado a eso, a quiénes eran las protagonistas, obviamente va subiendo según lo que va pasando en la campaña, también según el equipo, es muy distinto si entrevistas al Atlético Huila o entrevistas a alguien de Millonarios, pero sí tiene una relevancia más que todo por las protagonistas, los números para mí son buenos, pues a lo que te digo, un Catalina Usme 25 mil, pero si ponías un compacto de Atlético Huila te marcaba ocho mil, nueve mil, que no está nada mal si tú te pones a ver digamos, y haciendo un comparativo sensato, digamos hay notas del noticiero que te pueden llegar solamente a 5 mil reproducciones, 3 mil

reproducciones y los protagonistas eran Medellín, Cali, puede ser equipos que ya tienen reconocimiento grande.

L.B: Es feo comparar, pero para entender un poco, en cuanto a clips o notas iguales de la Liga Masculina comparado con lo que se hacía en la Liga Femenina, ¿era muy diferente en cuanto a reproducciones, lo doblaba o quizás alcanzaba un poco a llegar a ese punto?

P.V: Si, es feo comparar pero hay que entender que son nichos, entonces es un nicho que hasta ahora está creciendo, que hasta ahora la gente está conociendo, entonces como te digo, yo te puedo poner, yo te pongo a Catalina Usme y te pongo un jugador de Millonarios, es muy probable que Catalina Usme le haya ganado con las 25 mil reproducciones y el jugador de Millonarios haya quedado con 10 mil reproducciones, en Facebook te estoy hablando, entonces, es feo compararlo, pero es una realidad, es una realidad que esto es un nicho que está creciendo, es un nicho que va avanzando, y realmente si tú te pones a comparar no están tan lejos, cuando hablamos del mismo contenido, si yo hablo de un contenido de voces y te pongo una voz, tiene que ser muy explosivo lo que dijo un jugador de la Liga Masculina para que te rompa y te ponga 100 mil reproducciones, 50 mil reproducciones, en sí yo creo que estarían en el mismo promedio, por lo mismo, por los picos según el personaje, que el promedio, yo te puedo hablar en Facebook te estoy hablando de 12 mil reproducciones, 10 mil reproducciones, que es bueno.

Pero obviamente tú ves en YouTube, YouTube tiene un comportamiento totalmente distinto a algoritmos y tú te pones a comparar y no está tan lejos, si encuentras el pico que tenías de tenías de 25 mil y te vas a ver incluso, hay goles que llegan a 25 mil, de un

Patriotas – Huila y son los goles que son la esencia del fútbol, entonces no está nada mal, o sea esos números está muy bien para un nicho que está creciendo yo creo que está muy bien.

L.B: Y en esta sección que justamente estaban, digamos comprimidas varias cosas, goles, reacciones, tabla de posiciones, cómo se vivió en redes que quizá a veces suele ser muy denso, pero en YouTube estaba todo, en eso yo tengo entendido que uno ve digamos 17 mil reproducciones, pero no sé si eso es que lo vieron hasta el final, ¿cómo podemos analizar un poco eso?

P.V: Depende mucho del comportamiento, acuérdate que, pues digamos los contenidos de televisión no están pensados para digital, o sea al no estar pensados para digital, pues hay que entender que las curvas te van a llegar a un pico y después comienzan a caer.

Digamos por el algoritmo ahorita de Facebook, yo te puedo decir, las nota que son más de tres minutos pues son las que más se están tomando, o sea, más relevancia les está tomando la gente, y evidentemente digamos de los 17 mil no son el total del views pues de los tres minutos totales, si yo te hablo es de un curva de los famosos picos, estará un pico que te llega a los dos minutos, que realmente son los 17 mil o son 10 mil y ahí comienza a sumar lo que sigue, lo que sigue es la reproducción del video.

Pero es un comportamiento en todos los videos, o sea no es un comportamiento porque sea Liga Femenina, o porque sea Liga Masculina; entonces los números tienen que será muy medidos en ese estilo pero lo que te digo, al ser tema de información, la gente no tenía información de la Liga Femenina, pues tiene una relevancia mucho más grande, a estar

acostumbrados de escuchar de Nacional, Millonarios en la Liga Masculina, de todos los equipos que ya funcionan, entonces sí tiene una relevancia gigante, digamos, yo te puedo decir que a nosotros, por esa misma relevancia que comenzó a tomar la Liga Femenina, nos tocó construir contenidos en digital para la Liga Femenina, y obviamente pues esto nace de la misma necesidad que nació lo tuyo en televisión, que nace y que comenzamos a ver “oiga, la gente está pidiendo contenido”, no sólo es suficiente con este espacio que tenemos en televisión y lo bajamos a digital, sino necesitamos crear más espacios.

L.B: Hablamos, de que el sentimiento en redes es importante, ¿cómo se maneja esto y qué impacto ha tenido el contenido de la Liga Femenina, para generar esto?

P.V: El sentimiento en redes sociales es muy importante y más cuando hablas de una marca que está relacionado en digital y que está muy expuesta en digital, entonces, es esencial que nosotros tengamos un sentimiento positivo, entonces, contándote un poco, para mí las reproducciones sí son muy buenas, los números en reproducciones son muy buenos, pero si tengo un número de producciones, digamos, 100 mil reproducciones pero tengo un sentimiento, en donde el sentimiento es el 80% negativo pues eso me afecta un poco, por decirlo así a la marca, y de lo que está sucediendo, si yo tengo un contenido de 20 mil, 10 mil reproducciones, pero todo el sentimiento es positivo, pues la sensación de la gente es mucho, es a favor de la marca y es a favor de nosotros.

Y eso era un poco lo que pasaba con la Liga Femenina y con los contenidos que se generaban de la Liga Femenina, te estaba contando lo de Myriam, lo de Myriam, claro es un contenido muy segmentado porque pues, quién es Myriam, hasta ahora la conocemos o hasta ahora la gente se empapó de quién es Myriam, pero tú ves todos los comentarios y el

sentimiento es 100% positivo, entonces es un bien que nos estás haciendo tú, que estás haciendo tú a la marca en sí porque estás diciendo “oiga, estoy haciendo un contenido que realmente es positivo para la marca y la gente lo entiende como tal”

L.B: Lo de Myriam ¿en dónde se vio en lo digital?

P.V: Está en Facebook

L.B: ¿Esta en Facebook?

P.V: Está en Facebook, está toda la entrevista en Facebook, si no estoy mal está alrededor de 9 mil reproducciones si no estoy mal y tú lees todos los comentarios y todos los comentarios son buenos, entonces, es buenísimo, este tiene el machismo y todas esas cosas metidas por ahí pero pues, si tú haces un balance es un 95% positivo y eso es lo que al final nosotros también buscamos, buscamos como que, no todo lo que pongamos sea polémico sino que nos genere un ambiente positivo con nuestra comunidad, porque de eso se trata las redes sociales ¿no? de tener una comunidad como sana, tranquilos, que todos nos llevemos bien, que el famoso tío Win esté siendo el tío Win y no siendo el malvado de la película.

L.B: Listo Pablo, muchas gracias.

P.V: Dale, de una.

ANEXO 4. Entrevista: Comportamiento del fútbol femenino en la pagina web de Win Sports

Fecha de realización: 9 de noviembre de 2019

Entrevistado: Pablo Vidal - Director de las plataformas web de Win Sports.

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Gabriel Hernández, gracias por este espacio, por favor preséntate y cuál es tu labor acá en Win Sports.

ENTREVISTADO GABRIEL HERNÁNDEZ: Hola mi nombre es Gabriel Hernández, yo actualmente soy el director de las plataformas web de Win Sports.

L.B: Quiero que me comentes cuál ha sido el beneficio para la página web, tener contenido de fútbol femenino.

G.H: Bueno, para nosotros es un orgullo decir que, fuimos uno de los portales que más le apostó al cubrimiento del fútbol femenino, obviamente creo que fue un plus, porque obviamente tenemos los derechos de transmisión de los partidos y esto nos ayudó a enriquecer nuestro contenido y darle una mayor variedad a todo el contenido que se sube en el día de Win Sports, obviamente que es un cubrimiento especial de la Liga, ayudó mucho que se dieron buenos partidos, realmente fue un torneo bastante atractivo, fue bastante emocionante sobre la recta final, tuvo, si vemos y lo comparamos con televisión tuvo bastante rating versus otros partidos de campeonato y en la página web tampoco fue la

excepción, o sea, hubo notas de cubrimiento de fútbol femenino que nos dieron cifras realmente, bastante destacadas versus lo que pasa normalmente con cualquier noticia.

L.B: Este semestre hubo una sección que se realizó desde noticias que se llamaba ‘Así va la Liga Femenina’ y ésta se subía a la página web en su totalidad, eran aproximadamente siete minutos, ¿cómo se vio reflejado esto en la audiencia?

G.H: Muy buenos comentarios, la gente realmente estaba feliz con lo que estábamos haciendo por la Liga Femenina y con la Liga Femenina obviamente y las propias jugadoras se encargaban de ayudar a que esto se difundiera, en los seguidores de fútbol femenino porque si bien Win Sports tiene un mar de seguidores de seguidores bastante importante, las jugadoras, pues tienen su nicho, que son las personas que siguen exclusivamente el fútbol femenino, esto ayudó también a que realmente en la audiencia se viera bastante, se viera el impacto de este contenido y obviamente subíamos todo el contenido al noticiero y se veía en esto, en views, en páginas vistas, usuarios que llegaron.

L.B: En la página web se suben los goles de la Liga Femenina y de todo el fútbol colombiano, en los partidos de fútbol femenino, de hecho, casi que, se acababan los partidos y se subían los resúmenes porque no todos fueron transmitidos, ¿qué impacto también tenían estos resúmenes?

G.H: La gente los pedía incluso, los que no se transmitían, o sea, normalmente nosotros, el modus operandi es que, gol convertido, gol que se sube, o sea a los dos, tres minutos ya tenemos el gol montado en nuestro sitio web, pero de los partidos que se están transmitiendo en televisión ¿sí?, por un tema de herramientas, los partidos que no se

transmitían, era increíble cómo la gente a través de las redes sociales por ejemplo nos decía, “oiga qué pasó con el partido de, -no sé, un América – Santa Fe que de pronto no se transmitió-, dónde están los goles de ese partido”, la gente los pedía.

Así que, pues teníamos que hacer un esfuerzo bastante importante, para hacer que, desde las ciudades, nos llegara lo más pronto posible, el resumen de esos partidos para poderlos subir y categorizar, porque no solamente se subían a la página, se subían también al canal de YouTube, que era donde más relevancia tenían.

L.B: En evolución, ¿qué has podido ver de las ediciones pasadas a la presente, hubo un incremento en cuanto a la audiencia?

G.H: Se incrementó la audiencia, porque se incrementó la calidad del fútbol femenino, realmente vimos muy buenos partidos, hubo goles de antología, hubo goles que en serio podían estar catalogados a Fuscas, de verdad que sí y ese tipo de jugadas y ese tipo de goles, hizo que llegara más audiencia y se interesara por ver, “oiga, hubo un gol en el fútbol femenino, en Colombia, vamos a verlo”, obviamente nos llegó audiencia de todo lado, créeme.

L.B: Gracias.

G.H: Listo.

ANEXO 5. Entrevista: Narrando fútbol femenino

Fecha de realización: 4 de noviembre de 2019

Entrevistado: Carlos Gómez – Narrador de fútbol

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Carlos Gómez, narrador hoy de Win Sports, primero por favor preséntate, un poco tu recorrido como narrador hasta llegar aquí, a Win.

ENTREVISTADO CARLOS GOMEZ: Gracias Laura, bueno hace dos años llegué aquí al Canal, yo hacía antes radio, era narrador en radio, narraba en Cúcuta, y decidí venirme a la capital a buscar mi sueño que era estar acá y finalmente hace dos años estoy transmitiendo torneo, liga, copa, eventos, los que pongan, los que salen, y finalmente la Liga Femenina que fue como lo último que el Canal ha adoptado en forma para darle un crecimiento en el país a ella.

L.B: Antes de narrar aquí en Win Liga Femenina, ¿había tenido algún acercamiento ya con fútbol femenino o esta fue la primera vez?

C.G: No, esta fue la primera vez, la verdad en Cúcuta, se hacían algunos cuadrangulares como inter-barríos y en algún momento, de una manera muy escueta si se puede decir así, hubo un torneíto juvenil de niñas, finalmente tuve uno o dos partidos, pero fueron muy, fue muy poco lo que se hizo a nivel femenino en Cúcuta.

L.B: ¿Cuál es el mayor reto cuando se ven a la hora de narrar un partido de fútbol femenino?

C.G: Pues mira los retos son varios, uno de ellos es, si bien el fútbol es uno solo, las protagonistas cambian, femenino masculino, el mayor reto es poder, primero, darle el, identificar la jugadora con nombre completo y, uno en el fútbol masculino generalmente utiliza algunos apodos, apellidos solamente, pocas veces el nombre, en el fútbol femenino por el tema del toque femenino, es importante destacar la persona con nombre y apellido, entonces Kelly Ortiz, María Díaz, Nancy Jaramillo, nombres, Catalina Usme, no simplemente quedarse en el apellido.

Creo que es como, como el diferencial, que obliga en el fútbol femenino a nombrar a la jugadora con nombre y apellido completo.

L.B: Además de eso en el lenguaje, lo que es esa dinámica de narrar, ¿hay algo diferente?

C.G: Como te decía el fútbol es uno solo, las protagonistas son las que cambian, cambian, en este caso, la mecánica de narrar, de ilustrar quién lleva el balón, cómo se juega, la pelota. cómo se mueve la pelota, es una sola, de pronto, de pronto hay terminología que puede variar, respecto como cuando uno, en el fútbol masculino cuando una jugada, cuando un jugador va a la pelota, a barrerse, uno dice narrando, dejó la piel, dejó el pellejo en el piso; en el fútbol femenino quizás es muy brusco decir que una mujer deja el pellejo en el piso, cosas así, entonces trata uno de ser un poco más...Con más tacto, hablar con más tacto y referenciar con más tacto algunas jugadas en el partido.

L.B: ¿Qué lo sorprendió a la hora de narrar esta Liga Femenina?

C.G: Esta Liga Femenina me dejó muchas cosas interesantes, lo que más me sorprendió fue el nivel de las jugadoras, yo, uno a grandes observaba años atrás, un par de jugadoras, algunos equipos, la campaña del Huila, cosas así, pero es que esta Liga tuvo un nivel muy alto, sobre todo que hacíamos un análisis con uno de los comentaristas con quien estuve y mirábamos que literalmente, de los noventa minutos y algo más que se daba en un partido, se jugaban pleno, pleno, 88, 89, o sea es una media muy alta, que indica que es una Liga que quiere competir, que busca competir, que busca dar espectáculo, que busca generar esa emoción que haga que un país se enamore de esa Liga, y finalmente fue lo que terminó sucediendo ¿no? un proceso interesante que llevó al América a campeón, pero que si pones, si detallas muchas cosas a nivel de equipos, de las jugadoras, de todo lo que pasó, pues nos deja, nos deja historias de vida bonitas, madres que recogían a su hijo en la escuela, el colegio, le dejan el almuerzo listo y se iban a entrenar, entonces detrás de eso hay un trasfondo muy especial, muy especial que me generó sorpresa.

L.B: ¿Y cuál es la importancia de una transmisión, para darle visibilidad al fútbol femenino?

C.G: Yo pienso que la importancia o lo que se debe tener en cuenta, es destacar ese ingrediente especial que le permite a una mujer que está llamada a ser mamá, que con la tareas, que todo, le permite a una mujer sacar ese espacio para poder ir a un Club, lo que te decía ahora, conocí el caso de como tres personas, tres mamás, jugadoras, una en Nacional si no estoy mal, una en Cortuluá, no recuerdo la ah, del Medellín también, creo, que literalmente su historia de vida era, me levanto en la mañana, le hago el desayuno a mi hijo,

hago tareas con él, lo llevo a la escuela a mediodía, lo dejo en la escuela, me voy a entrenar, luego salgo para el trabajo y termino a las 10 de la noche. Historias de vida detrás de eso y uno ve que son mujeres que están tiempo completo ocupadas en su familia, en su casa, en la pasión que es el fútbol, entonces me parece que es de las cosas a resaltar en esta Liga que cada día gana y gana más adeptos en el país.

L.B: En el ritmo de la narración, ¿hay una diferencia entre un partido de hombres y uno de mujeres? O depende también del partido, pero siente que la dinámica era más rápida, más lenta, con más pausa, ¿cómo lo sintió?

C.G: Pues mira que hay partidos de partidos, uno, en el fútbol masculino, el profesional, se encuentra con ciertos partidos que, vamos a decirlo así, que pueden llegar a ser planos, desde el punto de vista táctico de esos equipos que se protegen, que quieren cuidar el cero, pues juegan muy plano, por el medio, por los costado, revientan balón, el femenino igual por ese proceso, también algunos partidos tienden a ser planos, tienden a ser muy, sin mucho qué decir, salvo lo que sucede, la pelota la lleva tal, van por este lado, centro, tal, muy plano.

Hay partidos de mucha emoción como lo vimos en las semifinales, cuando América enfrentó a Millonarios, cuando Nacional también hizo un buen partido, Medellín contra el Huila, partidos que van con un ritmo acelerado, yo tuve la oportunidad de narrar la final, el partido de ida en Cali, América, la final, América – Medellín, y literal yo me sentí narrando un partido de mayores, el ambiente, el estadio, la gente, el ritmo, era un ritmo vertiginoso, de ida y vuelta, yo decía, uso mucho una frase muy recurrente y es, “el partido es un boomerang que va y viene” porque va, viene, va, viene, no tienes tiempo para descansar.

Y hay algunos partidos masculinos que te dan ese tiempo, para descansar, no, estos eran muy rápidos, muy vivos.

L.B: En lo que viene para un futuro, ¿Win ha sido una plataforma, un medio mejor, importante para que esa Liga continúe y sea protagonista?

C.G: Win ha sido el pilar, Win ha sido la base fundamental de que, ese trabajo femenino haya sido de tanto éxito en el país, las directivas creyeron, apostaron a un fútbol en el que muy pocos creían, y terminó siendo un fútbol que el país adoptó de una manera maravillosa.

Es que fue increíble cómo uno veía la aceptación de partidos femeninos muy por encima de los partidos tradicionales que uno observa en la pantalla, Medellín, Nacional, América, Cali, era una aceptación tan increíble, la gente se volcó a proteger, a cuidar, a decir oiga, esto es de las mujeres, con verraquera, mujeres que juegan al fútbol, mujeres que lo pueden hacer, mujeres que no llegan a perder tiempo, mujeres que, lo que te decía ahora de la media, 89 minutos de juego es algo, una (No es claro: 05.06) demasiado alta, entonces la gente hizo suyo ese fútbol y eso es gracias a Win, que le dio una plataforma, que le dio una estructura, que masificó un trabajo que se quiso hacer, y hoy en día la gente habla del América, del Medellín, de Nacional, de equipos grandes, jugadoras de muy alto nivel, y bueno, en el exterior se habla de jugadoras que están aquí en el país, que están siendo ojeadas por equipos internacionales, entonces Win es la base, la plataforma, es el cimiento donde se construyó esta exitosa Liga Femenina.

L.B: Justamente en Win han nacido diferentes formatos, además de las transmisiones, programas y espacios que le dan esa difusión, una de ellas es una sección en el Noticiero, que tuvo la oportunidad de ver, se llama 'Así va la Liga Femenina', ¿qué opinión tiene de esta sección, ¿cómo le pareció, ¿cómo la analiza?

C.G: Fue interesante porque, porque literalmente le daba la oportunidad a las personas, y de hecho fue fundamental también eso, mancomunadamente en el trabajo, porque, por temas logísticos a veces solamente se transmitía un solo compromiso, y este resumen te traía, todo lo que pasó en la fecha, todo lo que pasó en los grupos y la persona quedaba empapada del tema, a tal punto que cuando llegaba a un partido ya decía, este ganó, perdió la fecha pasada, esta jugadora marcó gol la vez pasada, esta hizo esto, este equipo lleva tantos goles en contra, esta portera es buena, esta portera no es tan buena, a esta le hacen gol, entonces, literalmente esta sección nos vendía muy bien, lo que era la Liga Femenina de principio a fin, nos llevó a destacar las jugadoras top, las jugadoras que, las mejores asistencias, los goles, digamos que fue el complemento para que, la persona que no podía ver un partido pues se enamorara más de esta Liga, de esta Liga, de los datos, de todo y como te digo, prueba de ello es que, la gente hoy, ya espera con ansias el próximo año el arranque de la Liga Femenina, por qué, porque se identificó mucho con el coraje, con la verraquera, con la fuerza, con el ímpetu de estas mujeres que, saltaban a una cancha y, se caían, se levantaban, metían la cabeza, se golpeaban, se limpiaban, entraban con cortes en la cara, se ponían su algodón y salían, o sea, era una Liga de mucho, mucho nivel y compromiso, y estos programas, hacían eso, literalmente, te agrupaban todo para hacer de esto algo más especial.

L.B: Gracias Carlos y para concluir, en lo personal ¿qué le ha dado, ¿qué le ha aportado tener la oportunidad de narrar fútbol femenino?

C.G: El crecimiento, va de la mano el crecimiento profesional de entender, de ver estos procesos de formación, que llegaron a un tope de éxito, de calidad, y estar en ese proceso que también como profesional me ayudó a crecer, a improvisar en otro campo que poco conocía, a enamorarme de las jugadas, de muchos equipos, del trabajo, de vida, de la historia de vida de muchas jugadoras como te decía ahora, que literalmente en su rutina diaria estaba casa, familia y trabajo, y mi pasión que es el fútbol, entonces, estas historias detrás de la jugadora, fue algo que me enganchó, me enamoró del fútbol femenino y lo espero con ansias el otro año.

L.B: ¿Se puede narrar ahí una jugada de gol?

C.G: Una jugada de gol, bueno, el gol de Catalina Usme fue lo mejor para mí, en esta Liga en la final, es un centro por la derecha, entonces algo así como, la pelota está lista, Catalina, pierna derecha al centro, al marco, ¡golazo! Algo así. ¡Gooooool! ¡del rojo! ¡De América!

L.B: Eso, muchas gracias.

C.G: Gracias a ti Lau, chao.

ANEXO 6. Entrevista: Línea editorial de Win Noticias

Fecha de realización: 8 de noviembre de 2019

Entrevistado: María Camila Bermúdez - Coordinadora de Producción de Win Noticias

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: María Camila Bermúdez, Coordinadora de Producción de Win Noticias, María Camila, primero cuéntanos ¿cuál ha sido tu experiencia aquí en el Canal, dentro del Noticiero.

ENTREVISTADA MARIA CAMILA BERMUDEZ: Bueno, mi nombre es María Camila Bermúdez, soy Coordinadora de Producción de Noticias, de la franja informativa de Win...

L.B: ¿Desde cuándo trabajas aquí?

M.C.B: Ah bueno llevo 7 años trabajando en el Canal, entré desde que el Canal era solamente un proyecto, en papel, estuve en todo el proceso del montaje de cómo iba a ser el Noticiero y he visto la evolución de ese Noticiero durante estos 7 años.

L.B: ¿Cuál es la línea editorial de Win Noticias, su fuerte o en qué se especializa?

M.C.B: Bueno, cuando nosotros arrancamos hace 7 años, solamente teníamos el tema del fútbol profesional colombiano, fue como el vínculo o el gancho, que hizo que realmente el Canal existiera como tal, que teníamos los derechos del fútbol colombiano, por ende, en la línea editorial que tiene el Noticiero y la mayoría de los programas, la mayor relevancia

se le da al fútbol colombiano, ¿si ves?, es como el principal producto que tenemos nosotros y es a lo que más debemos darle como el espacio dentro del noticiero.

Es importante también tener en cuenta que cuando nosotros salimos hace 7 años al aire, empezó a existir también mucho el tema de Selección Colombia, el tema del auge de los otros deportistas en sus diferentes disciplinas, entonces, la línea editorial principalmente se basa en fútbol colombiano, pero también nos enfocamos mucho en resaltar del deporte colombiano, las otras disciplinas y los deportistas y también resaltar mucho el trabajo de los colombianos en el exterior.

L.B: Win Noticias normalmente es de una hora, ¿cómo se estructura la continuidad para emitir este Noticiero?

M.C.B: Bueno, nosotros tenemos dos emisiones al día, una que es a las doce del mediodía y otra que es normalmente a las diez de la noche o seguido de algún evento, por lo general, de fútbol. Cuando nosotros, digamos nuestro turno normalmente comienza a las seis de la mañana para el Noticiero de mediodía, nosotros llegamos, como productores hacemos un consejo de redacción vía WhatsApp se hace digamos actualmente, con el Jefe de Emisión que esté a cargo del Noticiero.

Con él la primera pregunta que yo le hago es con qué abrimos el noticiero y en qué orden vamos, entonces ya el Jefe de Emisión me dice, bueno, vamos a abrir con el partido de anoche, o con el previo de Nacional, él me dice el tema para arrancar y de ahí me dice entonces los siguientes temas, vamos con todo Liga, torneo, fútbol internacional y otros deportes ¿sí?, esa es como la guía más o menos que él me da, y de acuerdo a eso entonces

ya nosotros como productores nos encargamos de rellenar todos esos espacios de acuerdo a esa primera línea que él nos dio, entonces si él nos dice que arrancamos con Liga entonces yo busco los temas que haya de Liga, lo que sea más importante y más relevante y de ahí voy desarrollando cada uno de los temas, tenemos cuatro cortes comerciales e incluimos también obviamente las notas que proponen los periodistas y los otros temas que se vayan desarrollando durante el día, siempre hay que estar pendiente qué va saliendo durante la mañana o la tarde para irlo incluyendo porque la continuidad puede sufrir modificaciones durante la jornada.

L.B: Justamente ese orden de los partidos o con lo que se abre ¿cuál es la importancia o qué debe tener esa pieza para abrir digamos, en ese sentido cuáles son los más importantes y por qué esos partidos son los más importantes?

M.C.B: Pues el hecho de ser un noticiero, implica que sí o sí, lo que sale al aire durante esa hora, tiene que ser noticia, ¿Sí?, yo puedo hoy, no sé, hoy abrir el noticiero con el título de Medellín – Cali, porque es lo más importante en deportes y en fútbol colombiano, pero si por ejemplo Nairo Quintana ganó el Tour de Francia, pues obviamente mi motor para abrir el Noticiero, va a ser lo que sea noticia, en este caso Nairo Quintana, puede que en fútbol haya pasado algo importante, pero pues hay cosas en el exterior o por fuera del fútbol que también marcarían la pauta para saber con qué abrir un Noticiero.

En cuanto al orden de los partidos o sea ver cuál es más importante, pesa mucho el tema de los equipos que tienen mayor importancia dentro del fútbol, no por desmeritar a los más chicos, pero sí hay equipos que mueven mucha más gente y que en nuestro idioma “prenden mucho más televisores”, no es lo mismo que tú arranques un noticiero con el

entrenamiento en directo de Millonarios, a que tú arranques un noticiero hablando de no sé, de Patriotas, ¿sí?, nunca se desmeritan a los otros equipos, pero se sabe que hay unos equipos que son mucho más fuertes que los otros, pues porque tienen más hinchada, porque tienen jugadores de mayor nombre, porque tienen un rendimiento distinto, entonces si el equipo va bien, o si el equipo genera noticia pues evidentemente escogemos los equipos que mayor fuerza tengan dentro del público o dentro de los televidentes

L.B: En ese sentido la importancia es en cuanto a la audiencia, es decir, si se cree que hay más hinchas de Millonarios o más relevancia dentro del ámbito deportivo, va a ir primero.

M.C.B: Sí, es muy importante pensar como televidente a la hora de armar la continuidad de un noticiero, si yo hoy como televidente quiero saber qué está pasando con Millonarios, que renunció Pinto, que hizo una u otra cosa, pues evidentemente ese es el tema con el que se abre, sí es más factible que los hinchas estén pendientes de su equipo cuando son muchos, porque prenden más televisores que cuando tienen cinco no sé, cinco o cinco mil hinchas a cuando tienes un millón, bueno no sé en cifras exactas cuánto sea, pero más o menos eso funciona mucho a la hora uno de armar la continuidad y saber qué equipo va primero que el otro.

E igual también por lo general, siempre vamos como en dupla si es partido, si yo estoy haciendo un previo del partido de este fin de semana de Nacional – Cúcuta, pues yo hablo primero de Nacional, después hablo de Cúcuta, también intento respetar un poco la localía o cómo se juega el partido, primero hablar del local y luego hablar del visitante.

L.B: En los mixers ¿por qué los goles son lo más importante?

M.C.B: Pues porque el gol es lo más chévere de los partidos, empezando por ahí, y pues el gol es realmente lo que hay, la pulpa digamos del resumen, si tú muestras un resumen sin goles pues no estás informando a la gente nada porque no estás informando ni quién hizo el gol, ni cómo lo hizo, ni de quién fue la asistencia, ni le estás mostrando lo que la gente quiere ver, porque la gente quiere ver el gol, quiere ver cómo se hizo, quiere ver sus repeticiones, los ángulos, desde...¿Sí?, o sea, ese es un juego como de...Tú le das a la gente lo que la gente quiere ver, si tú le das a la gente un resumen de puras opciones pues, las opciones son válidas pero realmente la fiesta o lo chévere está en el gol.

L.B: En ese orden de ideas cuando un partido queda 0 – 0, por ejemplo, un Nacional – Millonarios, pero un Santa Fe – Huila quedó 4 – 1, ¿ahí qué pesa más, el número de goles o el nombre de la institución y la importancia que tiene?

M.C.B: Bueno hay que tener en cuenta que también hay partidos sin goles que son muy buenos, entonces si es un Nacional – Millonarios, que tuvo muchas opciones, que estuvo realmente muy bueno, así haya quedado 0 – 0, sigue primando Nacional – Millonarios.

Si Nacional – Millonarios estuvo muy malo, estuvo “muy hueso” como decimos nosotros, pues lo que se hace es darle importancia entonces a los goles como tal, puede que sea Santa Fe – Huila, que Santa Fe no sé, de pronto qué tantos televisores prenda, pero sabemos que Huila pues es un equipo “pequeño” entre comillas, entonces pues, digamos que en teoría en este momento si tú analizas hay un equipo grande con un equipo chico, que

tuvo muchas acciones, que tuvo muchos goles y que pues obviamente puede ser chévere arrancar con eso o mostrar eso primero que el 0 – 0.

L.B: En Win Noticias también está el fútbol de la B y el fútbol femenino, y no todos los partidos de estas dos competencias son transmitidos.

M.C.B: Si.

L.B: ¿En ese caso, hay un tratamiento diferente para los resúmenes cuando no se transmite el partido?

M.C.B: Un tratamiento distinto porque no tenemos la misma cantidad de información que un partido transmitido; cuando el partido no se transmite, un partido de Liga Femenina o de Torneo, se manda solamente una cámara de reportería a ir a hacer la grabación del partido y los goles, todo lo tenemos a una sola cámara; cuando tú haces la transmisión pues tienes más de ocho cámaras para mirar el partido de manera distinta, digámoslo así.

Sin embargo, dentro del Noticiero sí está estipulado que siempre hay que mostrar lo que pasa en las dos competencias, siempre el Torneo y siempre la Liga Femenina tienen que estar presentes dentro del Noticiero, por ejemplo, no se puede mostrar igual porque visualmente no es muy atractivo, pero, aun así, debe ir su resumen con los goles, el protocolo, si hubo acciones importantes, las expulsiones, eso debe estar presente igual en el Noti.

L.B: Ya hablando del fútbol femenino dentro de Win Noticias, tú que has estado en ese proceso desde hace seis, siete años, ¿cómo ha sido esa evolución y supongo que desde la

Liga Profesional en el 2007 tuvo una mayor importancia, cuéntame un poco cómo has visto esa evolución?

M.C.B: Yo creería que antes no se le daba mucha exposición, o sea, antes para nosotros tener los goles, pues tocaba sí, los íbamos a grabar y todo pero no era como obligatorio mostrarlos o de pronto uno pensaba como productor, no pero pues, de pronto a la gente no le interesa verlos, entonces no los mostraba. Si uno...hace como un recuento de todo lo que ha pasado en la Liga Femenina, la importancia ha crecido mucho, porque las niñas han crecido mucho, porque cada vez es más competitiva, porque hay jugadoras que son muy buenas, porque uno a veces dice, uy, pero esos partidos están más chéveres que los de los hombres, entonces, uno analizando todas esas cosas que están alrededor de la Liga, le empieza a dar mayor exposición dentro del Noticiero.

Antes realmente no se mostraban o se hacía una nota general de todos, pero nunca como que se tenía tanto en cuenta como ahora, o sea hoy en día yo puedo decir que en este último semestre se le dio la exposición que no se le ha dado en todo este tiempo, mientras estuvo la Liga, porque pues hay momentos en los que la Liga no ha estado.

L.B: También el Canal ha hecho cubrimiento de Sudamericano Femenino y se ha tenido una periodista enviada desde acá, dentro del Noticiero cuando suceden estos eventos especiales, ¿Cuál es la importancia también, que tiene?

M.C.B: Digamos que Win desde que empezó, siempre ha dicho que su segundo fuerte iba a ser los cubrimientos a Selección Colombia, empezamos obviamente full con la Selección Masculina, pero a medida que las niñas fueron entrando a competencias

internacionales como Selección Femenina de Colombia, pues también se le va dando mayor auge, siempre por ejemplo la corresponsal, si no estoy mal, si la memoria no me falla, ha sido una mujer, entonces o va Liliana o va Diana o va a Sheila y pues la idea es que ese acercamiento o ese acompañamiento sea como si fuera la masculina o sea, siempre estar con ellas, ir a los entrenamientos y si los podemos tener, tenerlos, acompañarlas a ellas en el post y estar de principio a fin, o sea nosotros no vamos cuando les está yendo bien, sino que vamos dos o tres días antes de que comience la competencia como tal, entonces, eso ha sido algo adicional que le ha ido metiendo Win al cubrimiento de Selección Colombia, que si la niñas están, nosotras también estamos.

L.B: Hablando de las reacciones, ¿por qué nunca se muestran las reacciones de los perdedores en las finales?

M.C.B: Realmente el perdedor nunca habla después de perder, o sea siempre nos ha pasado que tenemos todas las reacciones del campeón, pero los jugadores que perdieron siempre se van, de hecho, hasta días después es muy complicado de que hablen porque tienen el tema de que perdieron, y no saben cómo tampoco pues asumir ante los medios el tema de la derrota.

En temas por ejemplo de otros deportes si perdieron una medalla o si perdieron cualquier cosa, nosotros igual acompañamos al colombiano, o sea si por ejemplo estaba disputando el oro, la plata o el bronce y resulta que quedó cuarto, pues aun así es Colombia, aun así nos representó y aun así intentamos conseguir su entrevista y que nos hablen, pero en el tema del fútbol es muy complicado, porque los jugadores cuando pierden un partido de fútbol, son completamente cerrados, o sea, jugadores y técnicos.

Y yo creo que también es como por no resaltar el lado malo, porque pues el deporte de una u otra forma la idea pues es resaltar también como las cosas, siempre las cosas buenas, resaltar el lado malo pues también podría herir susceptibilidades en cuanto al equipo como tal, si tú no estás hablando de que Medellín quedó Campeón de la Copa sino Deportivo Cali, otra vez subcampeón, suma otra subcampeonato, pues obviamente es como si tú estuvieras lastimando ahí al equipo, y eso pues de pronto no va a hacer que las cosas se vean positivas sino al contrario, va a tener un tintecito ahí, negativo.

L.B: Muchas gracias.

ANEXO 7. Entrevista: Análisis del desarrollo del fútbol femenino

Fecha de realización: 6 de noviembre de 2019

Entrevistada: Carolina Castellanos – Periodista RCN Radio

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Buenos días, Carolina. Muchas gracias por tu tiempo. ¿Qué elementos rescata de la sección?

ENTREVISTADA CAROLINA CASTELLANOS: Bueno me gustó la naturalidad, me gustó la frescura, me gustó la información, me gustó que era la información clara, no se hacía tantos rodeos, digamos que los goles, quién los hizo, la figura, los protagonistas, los equipos, los mejores obviamente, en la primera sección, en la primera...en el primer documento, digamos que haces un poco más grande, por lo que son más equipos y ahorita ya con las semifinales pues es como ya la figura, me gusta que hayas colocado la figura, los goles, y ubicar a cada una de las jugadoras que no es fácil, entonces me parece que esos son los elementos que rescato.

L.B: ¿Le parece el formato entretenido?

C.C: No, aquí sí no me parece tan entretenido, digamos que está un poco plano porque vas, resumen de partido, figura y a quién va a enfrentar después, siguiente partido, resumen de los goles, la figura y la reacción; resumen de partido, la figura, la reacción, entonces se vuelve como plano. La segunda que de pronto es de semifinales puede ser, no sé un formato

más ágil, con historias diferentes, con algo que la gente no vea, tú sabes que la Liga Femenina tiene un reto bien importante.

La Liga Masculina está digamos que ya implantada, ya la gente la conoce, ya la gente sabe quiénes son los jugadores, quiénes están ahí, mientras que el reto con la Liga Femenina es llevarle a la gente una información diferente, la misma información que es la Liga Masculina, esa misma información, los goles, las figuras, pero llevarla de una manera diferente para que la gente le empiece a coger un poco más de amor, entonces, el formato, me pareció un poco plano, me pareció un poco repetitivo, y que no había como un cambio que uno le volviera a dar ganas de seguirlo viendo sino que en un momento me pasó que iba en el de semifinales, iba en el resumen de América en la reacción de Cata Usme y paré, lo adelanté porque me pareció repetitivo, entonces creo que el formato sí podría ser diferente.

L.B: ¿Le parece los siete minutos extensos?

C.C: Me parece que esto va a de la mano con el formato, si el formato es diferente, si el formato es atractivo, si me llama la atención, pues siete minutos no me van a parecer largos; en este caso sí me parecieron un poco largos porque era muy plano, no había como algo diferente, como una historia diferente, no sé digamos en Paula Villarraga pudiste haber comenzado con los penales atajados, como lo más importante fueron los penales, no tanto los noventa minutos, ¿si me entiendes? Como que algo diferente, la jugada previa al tiro libre de Cata Usme, para el gol al minuto noventa más dos, si era falta o no era falta, como algo más polémico, como algo que te genere un poco más de un cambio en la idea.

Entonces, para este formato que presentaste sí me pareció un poco extenso los siete minutos porque se vuelve plano, lo que te decía, resumen de los goles, figura, reacción de la figura, siguiente, resumen de los goles, la figura, la reacción de la figura, entonces, de pronto buscar algo diferente.

L.B: ¿Cuáles son los puntos fuertes y los débiles?

C.C: Bueno los fuertes, es la información que tienes, tienes las imágenes, tienes los goles, tienes, todo el material, o sea, tú lo tienes; tienes la manera de llegar a ellos, tienes la forma de poder estar ahí, entonces eso es un punto fuerte y me parece que tu voz y la manera como tú lo presentas es muy fresco, entonces en realidad no se siente acartonado ni nada.

Y los puntos débiles, pues lo que te contaba que el formato es muy repetitivo, que quizás se puede buscar una manera diferente de contarlo, pues para hacerlo un poco más llamativo para la gente, tú sabes que la Liga Femenina no es de todos, entonces en realidad hay que buscar la manera de hacerlo un poco más atractivo.

L.B: ¿Cumple con el objetivo de informar y hacer el resumen de la fecha?

C.C: Completamente, o sea, en cuanto al objetivo y en cuanto a informar lo que pasó, completamente, o sea, lo cumple, solamente que la manera quizá no es la más divertida y la más atractiva, pero sí, cumple con el resumen de la fecha en total.

L.B: ¿Tiene alguna recomendación para futuras entregas?

C.C: Bueno, que mires el formato como que mires esos aspectos o esos hechos en cada uno de los partidos que rompen con el momento, por ejemplo, te voy a dar el ejemplo, el empate de Santa Fe ante Millonarios. En ese partido para semifinales, es un error tenaz de salida, entonces partir por los errores que pasa, lo que está ocurriendo, como mostrarle a la gente ese diferencial que tiene la Liga Femenina, que muestra que es diferente, el juego un poco más rápido, obviamente también se ven muchos más errores, obviamente se ve mucho más la diferencia al correr, física, el cabezazo, el golpe, la sacada de aire, ¿Sabes? Como mostrar esos ejes diferentes que se presentan en cada partido y desde ahí contarlos de manera más atractiva y hacerlos mucho más digamos, llevadero también para la gente porque este fue un poco como plano, como monótono entonces se tornó un poquito de esa manera.

L.B: ¿Cuál es la importancia de los medios de comunicación para darle visibilidad y reconocimiento al fútbol femenino?

C.C: Pues, todas, la importancia que tienen los medios es absolutamente necesaria para poder darle un estatus diferente al fútbol femenino, no es fácil, son solamente tres ediciones ante muchas otras que tiene el fútbol masculino y que la gente está un poco más acostumbrada a eso, pero la importancia de los medios de comunicación es mostrar y seguir y tener constancia a la hora de poder visibilizar lo que es el fútbol femenino en nuestro país, no solamente lo que pasa digamos con las jugadoras acá en la Liga sino también de lo que pasa con las selecciones, de mayores, sub quince, los torneos, el sudamericano, el mundial la Copa América, bueno en fin, con todas las selecciones y con todo el fútbol femenino en general.

L.B: ¿Qué es lo más difícil a la hora de narrar y comentar fútbol femenino? ¿Cambia mucho el lenguaje?

C.C: Eso depende de lo que quieras hacer, creo que la base para poder comentar partido de fútbol que sea es estar informado, tener corroborados como todos los datos que vas a dar, y sobre todo conocer a las jugadoras, entonces, y a los jugadores obviamente, o sea, aquí yo creo que en esta pregunta hablamos de todo pero para comentar y narrar fútbol femenino en especial pues no se necesita algo, solamente estar bien informados y conocer bien lo que pasa con las jugadoras, quiénes son, de dónde vienen, si son extranjeras, si no son extranjeras, si se piensa que vayan a salir, pero el lenguaje no cambia, el lenguaje es el fútbol, esto no es de fútbol masculino o de femenino o de comentar, masculino o femenino, simplemente fútbol, entonces el lenguaje no tendría por qué cambiar además.

L.B: ¿Cómo evalúa que han sido las transmisiones de televisión y radio de los partidos de la Liga Profesional?

C.C: Pues han sido bastante escasos, un partido de diez, de una jornada, pues es, ni el 1%, en radio también ha sido muy poco, en realidad en radio lo que se ha hecho son finales y ni siquiera digamos, tienen en cuenta otros partidos entonces creo que las transmisiones de televisión deberían ser un poco más, las de radio obviamente un poco más, deberían ser un poco más constantes y deberían ser un poco más fuertes para tratar de dar visibilidad precisamente de lo que está pasando en el fútbol femenino.

Entonces, igual, digamos la transmisión, si evaluamos ese partido o esos partidos que se narraron pues, normal, han sido buenos, creo que deberían tener un poco más de

visibilizarían porque muy pocos sabían cuáles eran los partidos que se iban a transmitir, a qué hora se iban a transmitir, entonces creo que faltó un poquito más, pero el nivel general, la transmisión como tal pues, vale la pena y está bien, solamente que falta como más visibilizar.

L.B: Muchas gracias.

ANEXO 8. Entrevista: Como le pareció la sección ‘Así va a Liga Femenina’

Fecha de realización: 8 de noviembre de 2019

Entrevistada: Natalie Melo – Futbolista de Millonarios FC

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Buenas tardes y gracias por su tiempo. ¿Por qué es importante para ustedes como jugadoras que la Liga tenga mayor visibilidad en los medios de comunicación?

ENTREVISTADA NATALIE MELO: Si bueno de esa sección pues la prioridad es mostrar pues las jugadas claves y los goles de las jornadas ¿no?, de todos los equipos, yo creo que eso no sólo sirve para informar a los seguidores sino que también a nosotros mismos, a las chicas, a las jugadoras y al cuerpo técnico también nos sirve mucho, el hecho de que yo podía llegar esa noche a mi casa y ver el resumen del partido de nosotros, de nosotras, ver los goles, ver las jugadas, repetir las jugadas, pues sí nos ayudaba mucho, para ver como corregir, lo que tenemos que trabajar y a la vez ver lo que hicimos bien.

Todo eso nos ayudaba mucho tener acceso a ese contenido, a los partidos, al video, para mejorar, para corregir cosas y también para analizar los otros equipos, qué tal estaban ¿no?, entonces en la primera fase estuvimos divididas geográficamente pero ya cuando fuimos avanzando en la temporada teníamos que saber cómo jugaba un Huila, cómo jugaba un Junior, equipos que nos quedan a distancia y el poder ver esos videos de los resúmenes de esos equipos también nos ayudaba mucho a prepararnos para el rival, entonces creo que en

general el tema de generar contenido alrededor de la Liga Femenina le conviene a todo el mundo, conviene a los seguidores, le conviene a los equipos, le conviene a la Liga en general y lo más importante, le conviene al crecimiento del fútbol femenino en nuestro país, porque en realidad sabemos que la calidad y el nivel que tenemos es alto, que hay jugadoras grandes en este país y que si tenemos más exposición, si estamos más expuestas a posibles hinchas o a hinchas actuales de nuestros clubes, todo eso ayuda aumentar el nivel y el ruido que pueda hacer una Liga Femenina y toda la atracción que pueda tener una Liga Femenina en un país como Colombia.

L.B: ¿Espacios como la sección ‘Así va la Liga Femenina’ en qué ayuda para el desarrollo y reconocimiento de la Liga Femenina?

N.M: Bueno sí, es esencial que la Liga tenga visibilidad en los medios de comunicación ¿no?, para nosotras las jugadoras nos conviene mucho que los hinchas, sea en el estadio o en casa sepan qué está pasando con la Liga, conozcan el nivel que tiene la Liga Femenina porque en realidad sabemos que el nivel es bueno y que cuando la gente se expone a eso y nos ve jugar, queda contento y queda cautivado por el nivel que tiene la Liga Femenina, así que el hecho de que los medios, de que por ejemplo Win Sports esté transmitiendo partidos, que puedan ver los hinchas desde sus casas, y que le hagan cobertura a lo que está pasando en la Liga También por las redes , todo eso nos ayuda a que la gente nos empiece a conocer como jugadoras, como equipos femeninos dentro de la Liga Colombiana y que vean la calidad de fútbol que tenemos.

L.B: ¿Cuáles son las ventajas de tener un espacio como estos que resume lo que pasa en la Liga?

N.M: Bueno los espacios como la sección de ‘Así va la Liga Femenina’ ayudan muchísimo, más que todo para mantener informados constantemente a los hinchas ¿no? que sepan qué está pasando en la Liga, cómo van los equipos, los resultados de cada jornada, todo eso mantiene esa esencia de continuidad para que un hincha, un fanático interesado pueda saber cómo va su equipo, pueda seguir al equipo dentro del transcurso de toda la Liga, no sólo un partido o sólo la Final, sino que desde comienzo a fin pueda seguir al equipo, pueda saber qué jugadoras se están destacando dentro de la Liga y entonces todo eso ayuda tanto al fanático como a la Liga en general, que los seguidores sepan y tengan un espacio donde puedan ir para saber qué está pasando en ese momento en la Liga, eso impulsa y mejora en general toda la Liga, porque eso quiere decir que hay más seguidores, más hinchas que están al tanto con lo que está pasando, que están siguiendo la Liga, que están viendo partidos y todo eso pues ayuda a crecer el fútbol femenino en general en nuestro país que es muy importante.

L.B: En la sección se priorizan los goles y las reacciones de las jugadoras, ¿le parece que sirve no solo informar a la gente del común sino a los mismos equipos, técnicos, jugadoras, sobre sus rivales?

N.M: Bueno yo creo que los resúmenes, el resumen de lo que pasó con la Liga tiene muchas ventajas, por supuesto sabemos que los partidos, lo ideal es que todos los partidos se puedan ver, pero en ciertos casos no era el caso, de que no todos los partidos estaban transmitidos por televisión, entonces estos resúmenes, de poder ir a la página web de Win Sports y ver el resumen de cada partido, lo que pasó en cierta jornada, es fundamental, que un seguidor que quizás trabajó ese día, no pudo ir al estadio, ni ver el noticiero por

televisión, que él pueda llegar a su casa o ella pueda llegar a su casa y meterse a Win Sports y ver el resumen de videos de las jugadas, es abrir otra plataforma para que los seguidores de la Liga Femenina o quizás gente que nunca ha estado expuesto a la Liga Femenina puedan ver el nivel, la calidad que hay, y el estilo de juego de cada equipo. Entonces todo eso pues conviene para dar visibilidad a la Liga, a las jugadoras dentro de los equipos que componen esos veinte equipos de la Liga, y a que los seguidores o quizás gente que quiere meterse en el tema del fútbol femenino pueda ver en cortos contenidos, en cortas piezas qué tipo de nivel tenemos, eso creo que nos conviene a todos.

ANEXO 9. Entrevista: Opinión de la sección a partir de un televidente

Fecha de realización: 7 de noviembre de 2019

Entrevistada: Natalia Giraldo - Televidente

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Buenos días. Es un placer tenerla acá.
¿Qué elementos rescata de la sección?

ENTREVISTADORA NATALIA GIRALDO: Bueno, de la sección rescato que es un análisis muy completo y detallado sobre las diferentes fechas y encuentros que se dieron en la Liga Femenina.

L.B: ¿Le parece que el formato es entretenido? ¿Le parecen extensos 7 minutos?

N.G: No creo que sea muy entretenido el formato para quienes no les gusta consumir el fútbol femenino, porque precisamente sí se hacen extensos esos siete minutos, pero creo que es necesario, en cuanto a mostrar realmente lo que estaba sucediendo en cada estadio y en cada partido teniendo en cuenta que no había transmisión de todos los partidos de la Liga Femenina, así que conseguir las imágenes de apoyo, hablar un poco de lo que fue cada partido, pues obviamente resulta un trabajo extenso y a veces monótono en la pantalla pero realmente muy bueno en cuanto al contenido, pero sí creo que son extensos para precisamente como mencioné anteriormente, quienes no son consumidores por así decirlo, o fanáticos del fútbol femenino.

L.B: ¿Cuáles son los puntos fuertes y los débiles?

N.G: Puntos fuertes, que sí se tiene un análisis detallado de lo que fue cada partido, no solamente se le da prelación a los equipos que son más rimbombantes como lo son Millonarios o América, o Huila, sino que realmente se buscó tener una información vasta y que realmente como que fuera de utilidad para la información deportiva y también para hacer notar a los equipos.

Los puntos débiles, que quizá se debe reforzar un poco más esos espacios para el fútbol femenino, así como hay tantos programas para el masculino, quizá todo eso tan extenso podría desarrollarse más a fondo en un programa no sé, de media hora, como con más profundidad y que haya un espacio de discusión al respecto.

L.B: ¿Cumple con el objetivo de informar y hacer el resumen de la fecha?

N.G: Sí, en efecto cumple el objetivo de informar y es el resumen de cada fecha.

L.B: ¿Tiene alguna recomendación para futuras entregas?

N.G: Sí, realmente de pronto crear más espacios de diálogo, de debate, obviamente todo dentro del marco del respeto y la responsabilidad, no sólo con el televidente sino también sobre quiénes se está expresando la opinión.

ANEXO 10. Entrevista: Opinión de la sección de la jugadora

Fecha de realización: 10 de noviembre de 2019

Entrevistada: María Morales- Jugadora de Santa Fe

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Buenas noches, María. Gracias por estar acá. Empecemos, ¿por qué es tan importante para ustedes como jugadoras que la Liga tenga mayor visibilidad en los medios de comunicación?

ENTREVISTADORA MARIA MORALES: Yo considero que es de gran importancia, de gran vitalidad, ya que así nos podemos mostrar cada vez más tanto a nivel futbolístico como personal al exterior, ser reconocidas, que la gente nos conozca, que conozca el fútbol, que conozca de cierta manera el espectáculo que les podemos brindar para que se enamoren del fútbol femenino, que empiecen a ir al estado, que se vuelva completamente rentable para que así los entes del fútbol colombiano no sigan diciendo que es un gasto mas no una inversión.

L.B: Espacios como la sección, ‘Así va la Liga Femenina’, ¿en qué ayuda para el desarrollo y reconocimiento de la Liga?

M.M: Bueno el programa habla claramente de resultados, de jugadas, de lo sucedido y lo que acontece en cada encuentro deportivo y de cierta manera o pues en su totalidad informa a las personas para que estén enteradas de lo que está sucediendo, para que encuentren, -cómo decirlo- amor hacia el fútbol femenino ya que ven gran calidad,

entereza, entrega, goles que no se diferencian a los de los chicos, sino que también somos completamente unos cracs.

L.B: ¿Cuáles son las ventajas de tener un espacio como estos que resumen lo que pasa en la Liga?

M.M: ‘Así va la Liga Femenina’ es una sección que resume completamente y te enfoca, o sea como que te entretiene completamente toda la nota, pero también considero que debe tener un poco más...algo diferente, no sé, que tenga o la jugadora de la semana, la jugadora del torneo, la mejor densa, no sólo centrarse en la mejor goleadora o algo así sino como la jugadora destacada, el entrenador destacado, la acción que se destaca sea por fair play sea por amabilidad, por personalidad, no sé, algo que innove de cierta manera el programa y le dé un plus, considero yo que le podría servir un montón, y también ayuda obviamente a que todo el público lo conozca, aunque siento que no es tan reconocido, como por ejemplo, obviamente ya haciendo referencia a que acceso es como un programa y lo de ‘Así va la Liga Femenina’ es una sección, considero que debemos nosotras también apoyar mucho esa iniciativa y lograr de que todo el mundo la conozca y que esté pendiente, o sea que se cree la necesidad de que las personas tengan que ver esa sección porque quieren enterarse y porque quieren ver, porque quien saber de cómo va la Liga.

L.B: En la sección se prioriza los goles y las reacciones de las jugadoras, ¿le parece que es una buena pieza para ver en televisión? ¿Qué rescata de la sección?

M.M: Como ya te decía, es lo más, es lo que más obviamente entretiene a la hora de uno ver una noticia de fútbol o a la hora de querer saber qué pasó durante noventa minutos,

claro que me parece que es una buena pieza, que es algo clave, es algo relevante y rescato que a pesar de que no se transmiten todos los partidos, siempre hay alguien que quiere que la gente o el mundo en general conozcan, o bueno la televisión colombiana, conozca qué pasó con esos partidos y ayudan, digamos, no programas o como Win como tal sino de pronto periodistas externos, que también, o periodistas también de cada equipo que ayuda a que se conozcan los resultados ya sea por Twitter, por video, por cualquier red social, y que esta sección pueda reunir todo eso pues me parece muy interesante porque de cierta manera hace visibilizar el fútbol en su totalidad y que a pesar de que no se transmitan todos los partidos, se busca la manera de que nosotras estemos cada vez más a la par de que se merezca la transmisión de todos los encuentros deportivos.

ANEXO 11. Entrevista: Retos para comentar fútbol femenino

Fecha de realización: 10 de noviembre de 2019

Entrevistada: Campo Elías Terán Jr. – Periodista y comentarista deportivo

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Buenos días, Campo Elías. Gracias por abrirme este espacio. ¿Cuál fue el reto más grande a la hora de comentar una final de la Liga Profesional Femenina?

ENTREVISTADO CAMPO ELIAS TERÁN JR: El reto más grande a la hora de comentar una final de Liga Femenina es tratar de comentarlo; que la transmisión salga igual a una final de Liga Masculina. O sea, es un reto para todos, darle el mismo trato, la misma importancia, el mismo nivel, todo igual a una liga de fútbol profesional, sobre todo la misma seriedad y el mismo compromiso. Ese es el reto más grande que hay. No equivocarse en ningún nombre. Tener muy claras las estrategias de los dos equipos y tener también clara la diferencia que hay entre una mujer jugando fútbol y un hombre; o sea hay una diferencia física, hay una diferencia del ritmo del partido, hay una diferencia técnica. Obviamente que todo se ha reducido porque hay un gran nivel en el Fútbol Femenino Colombiano, pero siguen existiendo diferencias. Entonces el gran reto es entender el contexto en el cual se desarrolla esa final, y hacer una transmisión igual como si fuera una transmisión de fútbol masculino.

L.B: ¿Se diferencia en algo a la hora de comentar un partido de fútbol femenino vs uno masculino? ¿El lenguaje cambia, se mantiene igual, o qué aspectos varían?

C.E.T: Claro, si se cambia el lenguaje. Se cambia el lenguaje. Uno no puede estar diciendo las niñas, y uno tiene esa tendencia digamos. Pero no, son las mujeres, o en este caso las jugadoras, y tener muy claro los términos que uno utiliza también. Tener muy claro los términos que uno utiliza en masculino o en femenino durante el partido. Si, si varía mucho. El lenguaje varía, mucho.

L.B: ¿Qué es lo más difícil de comentar un partido de fútbol femenino?

C.E.T: Lo más difícil de comentar un partido de fútbol femenino es tener siempre presente que, cualquier palabra mal dicha, cualquier termino mal empleado, puede ocasionar un disgusto en las mujeres, cualquier cosa. Entonces uno tiene que ser muy consciente de eso, entenderlo, y estar concentrado cada segundo, cada milésima de segundo desde que comienza la transmisión hasta que se despide la transmisión. De que cualquier palabra o término mal utilizado, puede generar un problema de género. Y eso hace que sea muy difícil comentar una final de fútbol femenino.

ANEXO 12. Entrevista: Balance de la sección ‘Así va la Liga Femenina’

Fecha de realización: 13 de noviembre de 2019

Entrevistada: Daniel Pérez – Director del noticiero Win Noticias de Win Sports

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Daniel Pérez, director del noticiero de Win Noticias en Win Sports. La sección ‘Así va la Liga Femenina’ fue una propuesta que se hizo de una periodista dentro del noticiero y esta fue una sección nueva que nunca se había realizado, algo exclusivo de la liga femenina. ¿Cual fue el impacto que tuvo dentro de Win Noticias tener este tipo de contenido?

ENTREVISTADO DANIEL PÉREZ: A mi me pareció que fue un acierto. Desde el principio me pareció buena la idea. Después de la idea se empezó a desarrollar de buena manera. Me gustó la estructura. Se le hicieron algunos ajustes al comienzo, pero al final terminó siendo algo que impactaba. Nosotros lo que generalmente tratamos de hacer en el noticiero y en los diferentes formatos en el canal es impactar y que se hable del tema. Y yo creo que Laura logró que la gente hablara de ‘Así va la Liga Femenina’. Era además muy completa, tenía datos, reacciones, muy buenas imágenes, estaba muy bien documentada. Y además tenía un componente audiovisual porque tenía imágenes pero también aparecía la periodista. Fue dinámica pese a que los tiempos de pronto eran diferentes a los que se acostumbran a tener en televisión. Era más larga de lo normal. Creo que nunca se vio pesada y salvo un par de cosas que se le hicieron al comienzo me parece que fue muy

importante y yo creo que fue importante porque se concibió bien, porque le idea estaba clara y porque se ejecuto de buena manera.

L.B: ¿Cuáles fueron esos puntos para rescatar, quizás para unas futuras secciones y lo que toca corregirle?

D.P: Bueno, rescatar todo lo que acabo de decir. La estructura la tenían muy clara desde el comienzo, y lo que se podría corregir de pronto son los tiempos. En televisión son menos extensos. Es cierto que es un noticiero de deportes pero digamos que dentro del contexto del noticiero, que generalmente dura 1 hora, tener una pieza de 6 o 7 minutos de pronto es mucho. Tal vez eso es lo que se podría mejorar. Se podría mejorar que no fuera tan larga, aunque insisto, pese a lo larga nunca se sintió pesada ni tampoco se sintió poco dinámica. Eso se le podría mejorar.

También, tener un tema o algo exclusivo para la sección. Es ir generándole esa necesidad a la sección que no tenga que depender de las herramientas y de los recursos del canal o del noticiero. Que tuviera más vida propia y de pronto hubiera sido mucho mejor pero creo que en términos generales estuvo bien. La única crítica constructiva es el tema del tiempo.

L.B: Había un problema quizás en esta sección y es que algunos partidos se jugaban el viernes, la sección era el lunes. Entonces ya era muy viejo mostrar un partido del viernes en un espacio de noticias. Se le encontró un ángulo en la sección y era hacer de ese partido alguna historia diferente ¿Pero en noticias por qué es importante eso?

D.P: Si, pues digamos el noticiero es un noticiero y las noticias tienen que ser del día. Nosotros le llamamos en este argot un poco curioso que las noticias trasnochadas no sirven, sobre todo hay un parámetro que no está escrito en ningún lado, pero uno siempre tiene en la cabeza en el imaginario individual y colectivo que más de 24 horas una noticia ya queda vieja. Me parece que el ángulo que se le dio está bien. Igual uno tiene que saber siempre que el televidente del lunes no es el televidente del viernes y que cambia respecto al sábado o al domingo, aunque hay siempre un público objetivo que siempre es firme con un canal de deportes porque les gusta. Hay gente que de pronto llega y se deja llevar por la sección y también puede pasar que precisamente la gente que está el lunes enganchada con la sección se hincha o le gusta el equipo del viernes.

Recordemos que esta liga femenina tuvo un condimento especial y es que tuvo todos los grandes con equipo femenino, y eso hace muy importante y de mucho más valor, entonces de pronto ahí valía la pena haber hecho otro enfoque o simplemente no dedicarse tanto a describir los goles y a poner reacciones sino simplemente un videoclip de solo los goles, y podría haber más bien como una marca en unos créditos con el resultado y quien hizo los goles para no dejarla fuera porque así la liga femenina hiciera una jornada tenían que incluir todos los partidos, pero es un poco lo que se hace también con el fútbol de hombres en los programas especializados como “Lo mejor de la fecha”, donde hay que incluir los partidos del viernes pese a que ya están lejos, aunque es más de registros, no es noticias.

Yo lo que creo es que Win Noticias es un noticiero que aunque obviamente da información y da noticias, como el mismo se llama, también tiene componentes que necesita que sean diferentes y que lo hagan diferente, como “Así va la Liga Femenina”,

como la sección por ejemplo de German Mejía Pinto de “Mundo Motor” porque hay cosas de pronto que son pruebas del viernes y pasa algo, como no lo va a meter el lunes?

L.B: La jerarquización de la información dentro de la sección estaba como se utiliza en noticiero normalmente, abrir con partidos “clase A”, por ejemplo Millonarios-América, y ya después a lo último un Orsomarso-Cúcuta, pero digamos en este sentido Atlético Huila una historia más importante en el fútbol femenino, pero aun así para el televidente es mejor ver un América-Millonarios que un Huila-Cúcuta, por ejemplo. Tanto en el fútbol femenino como en el masculino, pensando en el televidente, ¿siempre hay que abrir o el “gancho” tienen que ser los partidos importantes?

D.P: Si, digamos que hay una vieja teoría en la comunicación de los programas en televisión, incluso en radio cuando se arman las continuidades y es hacer pirámide invertida, que es hacer siempre de lo más importante a lo menos relevante, pero eso también tiene condimentos o tiene contras. Por ejemplo la parte de abajo después queda descuidada, la gente ya no lo esta viendo y en ese minuto a minuto de la audiencia de pronto se va y es más tiempo el que no esta al que si esta, entonces lo que uno debe hacer, me parece que es un punto lógico y muy importante la pregunta, lo que se hace por ejemplo en “Lo mejor de la fecha” en masculino, lo que estamos haciendo es hacer un partido “clase A” y un “clase B”, después otro a o después un c, ir mezclando un poco para que cada uno de los bloques temáticos tenga importancia.

Lo otro que me preguntabas respecto al femenino y al masculino, inevitablemente el femenino esta apalancado por el masculino, y es porque simplemente hay equipos y hay historia y hay equipos grandes, entonces es imposible que uno diga “yo soy hincha de

América femenino”. Habrá gente de América femenino pero eres hincha de América, y América tiene masculino y femenino, al igual que Nacional, Medellín, Millonarios, Santa Fe, Deportivo Cali, los grandes... pero si, lo que se puede hacer es eso, mezclar un poco grandes y pequeños, y todo esto sirve para que la gente sepa que aunque el Atlético Huila en masculino no tiene tanta historia, y un equipo que por ejemplo este año le tocó descender infortunadamente, pero que en femenino es el equipo top, era el vigente campeón, el campeón de la Copa Libertadores, entonces yo creo que ahí se podría ir mezclando también con esa información.

Es lograr ese equilibrio y que no quede ningún bloque descuidado. Para una sección que es de 5-6-7 minutos me parece que no es tan difícil porque que al final uno en 5 o 6 minutos mantiene la atención. Es diferente y se trata de otra manera con una continuidad de 1 hora de noticiero que tiene 25-30 piezas a tener 4-5.

L.B: Para finalizar, ¿cree que sería posible dentro de Win Sports tener un programa de larga duración, un programa de media hora para hablar de la liga femenina, teniendo en cuenta todo el material que se tiene?

D.P: Si, total. Por ejemplo, nosotros tenemos programa especializado en Liga, en Copa, en Torneo, 1 hora, como “El Show de la Liga”, como “Camino a primera” o “Lo mejor de la Fecha”. Pero evidentemente todo arranca de alguna manera. El Torneo no arranco teniendo un espacio como “Camino a primera”. Arrancó con una sección, arranco mostrando los goles, lo mismo que la Copa, y la idea de esto es que de cara al futuro, ojalá cercano, que se pueda hacer “Así va la Liga Femenina” pero con un programa de media hora. No creo que meter 1 hora porque uno mata el programa arrancando pero si se puede

arrancar con un programa de media hora por que así como se hace y se tiene que sintetizar todo en 5-6 minutos, hay material suficiente porque el canal es el dueño de los derechos y obviamente va a tener mucho material. Y ahí en ese contexto no va a haber necesidad de hablar de lo del tiempo porque no va enmarcado en un noticiero, que tiene que ser muy corto, muy preciso por los tiempos, sino un espacio solo y es completamente viable y obviamente también lo estamos analizando.

ANEXO 13. Entrevista: Comportamiento del rating de la sección ‘Así va La Liga Femenina’ en Win Noticias

Fecha de realización: 15 de noviembre de 2019

Entrevistado: Juan Sebastián Leño – Director ejecutivo de rating en Win Sports

Entrevistadora: Laura Bernal

ENTREVISTADORA LAURA BERNAL: Juan Sebastián, gracias por permitirme este espacio para conocer sobre lo que fue ‘Así va La Liga Femenina’. Primero, cuál es tu rol en Win Sports y qué me puedes contar de la sección en Win Noticias.

ENTREVISTADOR JUAN SEBASTIÁN LEÑO: Yo pues digamos soy el ejecutivo de rating del Canal y digamos de todos los estudios de investigación de medios acá. Primero vamos a ver como el performance general de, pues de la transmisión de Win Noticias y pues, para entender la composición de audiencia, que alcance tiene el programa como tal, en su generalidad, de lo que llevamos pues del periodo de enero a noviembre 14, pues el día anterior al corte de la fecha, y después pues vamos a ver digamos el minuto a minuto de tu seccioncita de cómo fue el performance en su momento el tema, ¿listo?

Entonces nada, mira, esto es un paneo general de la, pues del programa ¿Cierto?, entonces, el rating promedio de lo que llevamos el año, es de 0.47, tú entiendes qué es el rating del tema ¿cierto? listo, perfecto, entonces.

L.B.: Es mejor que me hagas la explicación.

J.S.L: Te lo refresco, dale, entonces, cómo se mide el rating en Colombia, el rating en Colombia lo mide una empresa que se llama Kantar Ibope Media, ellos son la moneda de cambio real, digamos que hace todas las mediciones de medios y es digamos como lo que utiliza todo el mercado publicitario para poder comprar y vender pauta publicitaria ¿listo?

Entonces, qué pasa, ellos tienen unas cajas que se llaman people meter, que ellos las conectan a los televisores de pues, de su muestra representativa en Colombia, y lo que hace ese people meter es generar una lectura minuta a minuto de lo que se está viendo en programación, se envía esa información vía internet, creo que es a Brasil a la casa matriz, si no estoy mal, y allá pues transforman eso y nos devuelven la data, pues traducida en rating como lo conocemos, entonces, Ibope qué hace, Ibope tiene mil cien hogares donde tiene los people meter, ¿cierto?, ellos no pueden llegar digamos, a un hogar a pagar para que los dejen estar ahí, digamos haciendo el servicio de audiencia, porque pues eso digamos que implicaría como conflictos de interés del tema y sesgar la medición y el tema entonces ellos lo único que hacen es prácticamente como pedir un favor, entonces ellos tienen el mapa de Colombia y ellos dicen, dentro de su estudio, que la matemática y la estadística les da, para que mil cien people meter, que es la lectura, se pueda extrapolar a 19 millones de personas, que ellos dicen que tienen acceso a la televisión en Colombia, ¿cierto?, según su estudio. Entonces, ellos van al hogar y simplemente golpean y dicen, oiga mire, nosotros somos Ibope, mucho gusto, no sé qué, nosotros necesitamos un favor de ustedes, nos dejan conectar este aparato acá, y nosotros no sé, les damos un regalito, entonces no sé, ahí es cuando dan sanducheras, dan, ¿sí me entiendes?, dan como tipo de regalitos así como para el hogar, y qué tiene que hacer, simplemente ustedes cada vez que hacemos un censo aquí dentro del hogar, entonces quienes viven, entonces vive Laura de veinte punta de años, Juan

Sebastián de tantos, no sé qué, y eso hacen el censo ahí, y le asignan un código a cada una de las personas del hogar, para que cuando vayan a consumir televisión, antes de ponerse a consumir, pongan el código de la persona o las personas que están consumiendo y así mismo el people meter ya entiende, entonces hacen un desglose demográfico, preguntan entonces edad, sexo, nivel socioeconómico, el rol del hogar, si es jefe, si es ama de casa, etcétera etcétera.

Y eso entonces el people meter ya coge esa información, la traduce y ahí la envía y ahí es cuando ellos nos envían la respuesta del rating, ¿listo?, así es como funciona hoy en día; entonces, el rating qué es, el rating simplemente es un valor porcentual, promedio, del número de encendidos totales, que hubo en el día, o sea, me hago entender, hay un abanico de noventa canales alrededor más o menos aquí en Colombia, entre la televisión abierta y la televisión paga, ¿cierto?, cada uno de esos canales genera una audiencia o un número ¿cierto?, durante el día, porque, por eso te digo hace una lectura minuto a minuto del día, desde las 6 de la mañana hasta las 6 de la mañana del otro día, ¿listo?.

Entonces, obviamente es un promedio porque ellos tienen que coger las horas y esto es, o sea el rating se compone de dos fuentes fundamentales, que son el alcance, o sea, el número de personas que fueron contactadas, aunque sea un minuto por la transmisión sin duplicidad, aquí te estoy hablando de personas únicas, y el tiempo de permanencia o la fidelidad que duran sobre la pantalla.

Entonces, el tiempo total de emisión, si es un programa de 60 minutos, cuánto en promedio duraron ahí sentados viéndote sin hacer zapping, sin cambiar, eso no significa que hayan cambiado, y vuelvan a tu programación, pueden haberlo hecho, pero esa

fidelidad, o sea lo que te digo es la permanencia en la pantalla y el número de personas lo que te genera este número final de rating ¿listo?

Entonces, con base en eso, lo que te digo, se coge un total de encendidos, y según esos encendidos ellos te van diciendo ah bueno, Caracol, durante el promedio, si lo estás mirando, el total días, si estás mirando una emisión en particular, o una sección de horas una franja completa, ellos te dicen, en ese momento la lectura fue de tanto.

Ahora qué pasa, lo que pasa es que la televisión abierta, está dentro de una piscina en la que ellos compiten, ellos mismos solitos, o sea son, es como un monopolio de audiencia, para que me entiendas, es Caracol, RCN, Canal Uno y pues ahí entran ahí los City, y el resto de canalitos.

En comparación a la, digamos a la piscina que tiene la televisión paga, pues ahí nosotros, que estamos ahí nosotros Win Sports, nosotros estamos compitiendo con un abanico de ochenta y punta de canales, entonces ¿sí me entiendes? O sea, ya hay mucha diversificación de audiencia y hay mucha oportunidad de ver muchas cosas y por eso las audiencias son tan bajas, entonces en ese orden de ideas, por eso es que la televisión abierta puede cobrarse una pauta publicitaria por costo punto rating, o sea ellos dicen, ¿ah usted me quiere pautar en Betty la fea?, vale tanto, ¿si me entiendes? Porque dicen, mi rating promedio es de tanto y ahí vale tanto la tarifa, mientras que digamos los canales de la televisión paga no podemos cobrar así porque el rating no nos acompaña, el rating es demasiado bajo.

Entonces ahí nosotros ya nos, o sea digamos, nosotros como un canal de televisión paga nos vamos es, digamos como ya con otras variables un poco más cualitativas, que son términos de afinidad, temas de alcance, entonces, en todas las transmisiones que hemos tenido de noticiero de la noche, el promedio ha sido de 0.47 en el 2019, lo que quiere decir que hemos tenido transmisiones de no sé, de un punto de rating después de un partido tal vez, y otros que nos ha ido muy regular, que está debajo de 0.20, no sé qué, bueno, todo eso es tirin, coge audiencia, nos da que el promedio es de 0.47, ¿listo?.

En 0.47 lo que te digo, es un valor porcentual, pero para entender eso realmente, oiga ese 0.47 es mucho o poco, ¿qué estamos viendo?, pues la forma fácil es ver el valor absoluto, este 0.47 representa 78470 personas que en promedio estuvieron viendo cada una de las transmisiones del noticiero, ¿listo?, que esas transmisiones, ese es su rating promedio, y generaron un alcance, que, en promedio en cada emisión, llegaron 345 mil personas a verla, así sea por un minuto, o la transmisión completa, ¿listo?

L.B: Llegaron ahí.

J.S.L: Llegaron, fueron contactadas por el noticiero, y tienen una fidelidad promedio del 22% del programa; uno diría, uy, ¿22% nada más? O sea, ni siquiera el 50 no sé qué, no, si uno se pone a mirar, digamos la permanencia promedio de la televisión paga, está por debajo de 22% ¿sí me entiendes?, o sea que esto es altísimo, en comparación a eso, entonces ahí es donde me dice, ah es que no me lo hacía relevante, porque cuando dicen 22% eso obviamente no, no suena atractivo, dice uno, uy muy poquito, pero lo que te digo, si lo miras en el panorama general, es menos del 10, o sea, marica, tener el 12% estamos hablando más del doble de la permanencia general, que hay en la televisión paga, ¿listo?

L.B: Ok.

J.S.L: Y aparte de eso, pues hay el share, ¿el share qué es? Simplemente tu participación, del total de encendidos, todos esos encendidos de los canales suman un número, no sé, 500 puntos de rating por decir cualquier cosa, entonces, de los 500 puntos de rating por decir cualquier número, lo divide sobre el abanico total de canales y eso te da un total de participación.

Entonces nuestro noticiero, como participamos en lo que te digo, con un abanico completo de 90 canales, pues obviamente la audiencia se diversifica demasiado y nosotros participamos con el 1.72, si uno va y mira a Caracol y RCN, obviamente sus share son mucho más altos, nosotros hoy en día podemos decir y con orgullo pues porque somos de Win, podemos decir que somos el cuarto canal más visto de Colombia, primero está Caracol, después RCN, Canal 1 que obviamente pues es otro canal abierto, y vamos nosotros, eso qué nos dice, que somos el cuarto canal más visto de Colombia, pero que así mismo somos el canal más visto de la televisión paga en Colombia, porque somos el número uno, son, los tres nacionales y nosotros, o sea que a nosotros nos ven más que a cualquier otro, más que TNT, Warner, Fox y todos los que quieras ahí, y obviamente muchísimo más que todos los deportivos ¿listo?

Entonces, todo esto digamos representa en que el desglose de audiencia es 73% hombres, 27% mujeres, esa es la composición de la audiencia, de los cuales tenemos un desglose por edades, esto lo dan por rangos, que de 4 a 11, de 12 a 17, 18 a 24, 25 a 39 y mayores de 40 años.

Si te fijas, nosotros tenemos participación de audiencia en todas las edades, según lo que nos da Ibope, pero obviamente el grueso de nosotros está, el grueso mayor, está o sea nuestro Pareto, está en los mayores de 40 años, pero sí podemos decir que tenemos una gran participación a partir de los 25 años, en adelante, o sea de 25 ahora sí, hasta los más viejos, ese es como el core de nuestra audiencia, los mayores de 25 años, y si lo miramos a nivel de estrato socioeconómico, nos damos cuenta que el 50% de la audiencia del noticiero es de estrato bajo, el 32% es estrato medio y el 18% es de estrato alto.

Y estos digamos son los ratings en absoluto que te estoy dando, o sea, este 50% representa que de estrato bajo son 39 mil personas, de estrato bajo, que nos ven en promedio, 25 mil en estrato medio y 13 mil en estrato alto, esos son los promedios generales digamos del performance del noticiero de la noche.

Entonces, teniendo todos estos números en tu cabecita, vamos a ver ahora si una de las emisiones en las que tú hiciste tu sección y cómo fue el performance de eso, ¿listo?, entonces, este es el minuto a minuto, con los in and outs, ya te explico qué es eso, del minuto a minuto de la programación.

Entonces, tuvimos un programa, de este cogí el primero que fue julio 15. Entonces, esto fue una emisión que marcó 0.52 en total, la emisión completa, 0.52, ¿listo?

L.B: ¿Es un buen resultado?

J.S.L: Sí, es súper, bien, es súper bien, o sea, sí, si el promedio que te estoy diciendo es 0.47, 0.52 debe ser no sé, alrededor de un 20% más de audiencia, 17, un tema así, entonces, fue una buena emisión, que viene arrastre de un partido de fútbol, entonces, como nosotros

venimos con una audiencia tan alta, lo más normal y esto es súper natural, esto pasa hasta, y de hecho pasa muchísimo más agresivo con “Lo mejor de la fecha”, es que, cuando se acaba el evento, la audiencia inmediatamente se empieza a caer, lo que pasa es que ya, digamos, ahí es cuando nosotros entendemos que los que se quedan normalmente son las personas más futboleras que tenemos nosotros, el que se queda a chuparse el resumen de la fecha completa, o a chuparse el noticiero a pesar de haber visto el partido y ya saber cuánto quedó pero se lo chupa.

Entonces, eso nos dice que al igual hay muchísima gente, que llega y simplemente ve el evento deportivo y cuando se acaba el evento simplemente ya, se va, cambia de canal o apaga el televisor o empieza a consumir otra cosa, u otro tipo de medio, entonces nosotros venimos con un arrastre casi de 1.60 si te das cuenta, 1.60 y punta, fue como nos entregó el partido a nosotros, y mira que la audiencia efectivamente empieza a caer regularmente, es un comportamiento normal, pero cuando llegamos a la sección tuya, que fue de las 10 y 3 a las 10 y 7, nos damos cuenta que, tú recibiste, o sea tu sección recibió el rating en 0.21 y tú lo empezaste a incrementar, proporcionalmente hasta el 0.34, o sea tú entregaste otra vez al noticiero le entregaste el rating en 0.34 cuando lo recibiste en 0.21, si quieres yo te saco la variación de cuánto es eso a nivel de, porcentual.

L.B: De personas.

J.S.L: Exacto o a nivel de personas y tú me dices, o sea, me entregaron 200 mil personas y les entregué a ellos con 220, estoy diciendo cualquier cosa, o sea si quieres yo te doy ese número para que lo tengas.

Y tu sección en promedio, empezando con 0.21 y terminando con 0.34, marcó 0.26, entonces ese, también te puedo sacar el valor de más o menos, es prácticamente el 50% o el 48% de la audiencia total del programa, o sea tu generaste eso en toda la composición porque fue de 0.52, a 0.46 pues, a 0.26 más o menos la mitad, sí, de hecho, la mitad, el 50%, 26, 0.52, sí, exactamente la mitad.

Entonces digamos que tú, en tu momento participaste con la mitad de la audiencia de la emisión total del programa, tú tuviste así esa gente, y lo que te digo, fue incremental el tema y aquí mismo se ve mira, aquí está el pico aquí bajito y ahí se empieza a subir, la gente se empieza a subir.

Entonces, estas barritas que tú, este es el minuto a minuto del rating, y estas barritas que tú estás viendo acá, son los in and outs, qué son los in and outs, es una matriz gigantesca que me pasa Ibope donde yo, haz de cuenta le hago como una radiografía al programa.

Entonces yo digo, dígame realmente cuál fue el comportamiento minuto a minuto de mi programa, esto te está marcando las salidas, pero mira que en el momento que tú estás, tu sección, tú tienes un pico alto de entradas y al final terminas teniendo un pico aún más alto de entradas que representan 0.34.

Entonces mientras tú estabas en tu emisión, fueron más las personas que entraron a verte en comparación a las que se fueron porque mira el pico aquí, sólo uno aquí de barrita, que quedó en la mitad, y esta barra obviamente que está aquí abajo que es donde empieza tu sección, es lo que tú recibiste. Tú lo recibiste así, y empezaste a incrementar la audiencia un poco ahí.

Al ver este resultado, pues lo que yo diría es, oiga la china lo hizo bien, porque es que esto, o sea, cómo te digo, esto tú no te lo estás inventando, tú no te pusiste a hacer una gráfica, por eso yo te estoy poniendo una fuente, por eso mandaron una carta, o sea, esto, realmente lo está, lo está, cómo se dice, lo está soportando un tercero, tampoco te lo está diciendo Win Sports, sino que te lo está diciendo un tercero, al cual nosotros le pagamos pa que nos diga esta vuelta.

Entonces, en ese orden de ideas, yo diría oiga, y aquí por eso te puse el minuto a minuto de tu sola seccioncita que te demuestra, inmediatamente, que hiciste crecer la audiencia.

ANEXO 14. Planilla goles marcados por fecha

FECHA 2 (25 goles)

REAL SAN ANDRÉS 2-2 BUCARAMANGA
Angélica Pérez (41), Kelly Restrepo (48), Nicol Camacho (55), Heidy Mosquera (68)

DEP. PASTO 2-0 ORSOMARSO
Marcela Folleco (25), Juliana Castro (75)

ONCE CALDAS 0-6 MEDELLÍN
Tatiana Castañeda (13 y 28), María Fernanda Villa (16 autogol) Yisela Cuesta (32), Paula Botero (47), Laura Aguirre (51)

CORTULUÁ 1-1 ATLÉTICO
Esperanza Prado (60), Adriana Lizcano (78)

DEP. TOLIMA 1-2 ATL. HUILA
Kena Romero (3), Marcela Restrepo (32), Daniela Caracas (47)

DEP. CALI 0-3 AMÉRICA
Catalina Usme (39), Farlyn Caicedo (46), Michelle Gómez (76)

NACIONAL 2- 0 PEREIRA
Estefanía Cartagena (22), Ximena Góngora (78 autogol)

MILLONARIOS 1-0 FORTALEZA
Angie Castañeda (81)

CÚCUTA 0-1 JUNIOR
Yoreli Rincón (74)

La Equidad 0 – 1 Santa Fe
Viverly Erazo (71)

FECHA 3 (22 goles)

Santa Fe 1-1 Millonarios
Lina Gómez (51), Paola Sánchez (79)

Atl. Huila 3-0 Orsomarso
Fanny Gauto (3), Gavy Santos (49) y Nelly Córdoba (57)

América 1-0 a Atlético
Linda Caicedo (21)

Cortuluá 3-1 Deportivo Cali
Jessica Caro (22), Jessica Peña (45), Maryluz Montillo (63), Ingrid Vidal (76)

Independiente Medellín 2-0 Deportivo Pereira
Laura Aguirre (10), Paula Botero (65)

La Equidad 2-1 Fortaleza
Diana Chaves (10), Anyi Olarte (33), Lina Martínez (64)

Dep. Pasto 0-0 Dep. Tolima (Estadio San Rafael)

Bucaramanga 2-0 Junior (Álvaro Gómez Hurtado)
Angélica Lizarazo (28), Andrea Angarita (90'+4)

Once Caldas 1-3 Nacional (Palogrande)
Estefanía Cartagena (12), Andrea Martínez (22), Katherin Castro (23), Carolina Arbeláez (51)

Cúcuta 0-1 Real San Andrés
Heidy Mosquera (1)

FECHA 4 (11 goles)

Orsomarso 1-1 Atlético Huila (Francisco Rivera Escobar)
Manuela González (9), María Marquinez (90)

Fortaleza 1-3 La Equidad (Municipal De Cota) (salida con el equipo masculino)
Laura Barreto (equi, 22), Jessica Rodríguez (87) Luisa Rincón (90, 91) (x2)

Deportes Tolima 0-0 Deportivo Pasto (Manuel Murillo Toro)

Real San Andrés 1-1 Cúcuta Deportivo (Polideportivo Primero De Mayo)
Heidy Mosquera, Andreina Lacruz

Millonarios 0-1 Santa Fe (El Campín) (salida con traje)
Natalia Torres (3) (21, 32, 48, 60, 61, 68).

Deportivo Cali 0-1 Cortuluá (Palmaseca)
Joemar Guarecuco (71)

DOMINGO

Deportivo Pereira 1-0 Once Caldas (Hernán Ramírez Villegas)
Natalia Espinoza (65)

Atlético Cali 0-0 América De Cali (Pascual Guerrero)

Atlético Nacional 0-0 Independiente Medellín (Metropolitano De Itagüí)
80, 86. (asistencia: 4.773)

Junior 0-0 Atlético Bucaramanga (Metropolitano Roberto Meléndez)
6, 8, 38, 60

FECHA 5 (24 goles)

Junior 1-0 Cúcuta (Romelio Martínez)
Yoreli Rincón (27') 95 años del club.

Atlético 0-6 Cortuluá (Pascual Guerrero)
Joemar Guarecuco (x5), Marta Cox (el quinto gol)

Orsomarso 1-1 Deportivo Pasto (Francisco Rivera Escobar)
Karen Urrutia (5') Orsomarso, (7') Yailin Medina

Atl. Bucaramanga 0-0 Real San Andrés (Álvaro Gómez Hurtado)

América 3-2 Dep. Cali (Pascual Guerrero)
Linda Caiceda (18', 62', 77'), Carmen Rodallega (67'), Marcela Rodríguez (73')

Once Caldas 0-1 Dep. Pereira (Palogrande)
Angie Salazar (85') ganó los 2 Pereira

Fortaleza 0-2 Millonarios (Municipal de Cota)
Angie Castañeda (20'), Daniela Figueroa (73')

Santa Fe 0-2 La Equidad (El Campín)
Lizeth Camacho (34'), Angie Valbuena (67')

Huila 4-0 Tolima
Ivonne Chacón (36, 86), Cinthia Zarabia (57) y Marcela Restrepo (87)

Ind. Medellín 1-0 Nacional
Maireth Pérez (62)

