



ISSN electrónico: 2172-9077
DOI: 10.48047/fjc.28.01.12


LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DEPORTIVA VERSUS LA COVID-19: UNA ENTREVISTA CON PERIODISTAS Y REALIZADORES DE IBEROAMÉRICA

Sports audiovisual production versus COVID-19: an interview with journalists and filmmakers of Iberoamerica

Mg. Gerardo KARBAUM PADILLA
Docente en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú
E-mail: pcavgkar@upc.edu.pe
 <https://orcid.org/0000-0002-8089-3640>

Dr. Daniel BARREDO IBÁÑEZ
Investigador Emergia en Universidad de Málaga, España / Investigador Invitado, Fudan University, China
E-mail: daniel.barredo@uma.es
 <https://orcid.org/0000-0002-2259-0756>

Mg. Carlos REJANO PEÑA
Docente en Universidad San Ignacio de Loyola, Perú
E-mail: carlos.rejano@usil.pe
 <https://orcid.org/0000-0003-3607-5592>

Claudia CHURA PILCO
Estudiante en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú
E-mail: U201820926@upc.edu.pe
 <https://orcid.org/0009-0000-6107-9558>

Fecha de recepción del artículo: 29/01/2023
Fecha de aceptación definitiva: 23/06/2023

RESUMEN

La COVID-19 detuvo las actividades sociales en todo el planeta; entre ellas, las deportivas. Provocó una crisis nunca vista en los medios de comunicación audiovisuales que transmitían estos eventos, que se encontraron con la inmediata necesidad de reestructurar sus contenidos, para lo cual debieron innovar en sus procesos de producción y programación. Esta investigación tiene como objetivo describir las innovaciones en la producción periodística audiovisual aplicadas en los medios deportivos de diversos países durante la crisis ocasionada por la COVID-19. Para cumplirlo se aplicó el enfoque cualitativo con la técnica de la entrevista semiestructurada a una muestra de productores, periodistas y realizadores. La entrevista se orientó en función de las principales etapas constituyentes de la producción audiovisual: preproducción, cobertura y posproducción. A partir de lo

estudiado, se concluye que la crisis mundial provocada por la pandemia incentivó técnicas innovadoras para la producción audiovisual, concebidas a partir de la hibridación tecnológica. Desde ese ángulo, fue posible seguir produciendo contenidos que, a la vez, presentaron cambios en sus estructuras narrativas audiovisuales y originaron nuevos formatos o la reutilización de los archivos audiovisuales de cada canal, utilizados para generar contenido reactualizado.

Palabras clave: periodismo deportivo; producción audiovisual; COVID-19; trabajo remoto; innovación

ABSTRACT

COVID-19 halted social activities across the planet, including sports. The pandemic caused an unprecedented crisis in the audiovisual media that broadcast these events, which found themselves with the immediate need to restructure their content offer, for which they had to innovate in their production and programming processes. This research aims to describe the innovations in audiovisual journalistic production applied in sports media in various countries during the crisis caused by COVID-19. To comply with this, the qualitative approach was applied with the semi-structured interview technique to a sample of producers, journalists and filmmakers. The interview was oriented according to the main constituent stages of audiovisual production, such as pre-production, coverage and post-production. Based on what has been studied, it is concluded that the global crisis caused by the pandemic encouraged innovative techniques for audiovisual production, conceived from technological hybridization. From this angle, it was possible to continue producing content that, at the same time, presented changes in its audiovisual narrative structures and originated the creation of new formats or the reuse of audiovisual files that each channel used to generate updated content.

Key words: Sports journalism; audiovisual production; COVID-19; remote work; innovation

1. LA PANDEMIA Y LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Con la aplicación de las medidas de confinamiento, en 2020, gran parte de la producción audiovisual en Latinoamérica se paralizó, lo que afectó a toda la cadena de valor de las industrias creativas (Unesco, 2021). De improviso, periodistas y realizadores audiovisuales tuvieron que innovar para seguir manteniendo la programación al aire. En el ámbito deportivo, se calcula que durante 2020 se cancelaron alrededor de 250 competencias deportivas relevantes a escala global, lo que pudo significar una oportunidad para que el periodismo deportivo reexaminara la estructuración de su agenda informativa (Hasbani et al., 2021). La mencionada cancelación de eventos repercutió en la producción de programas deportivos. Además, la crisis enfatizó tendencias que se venían dando, como la reducción al acceso de los jugadores, entrenamientos u otro tipo de información que era centralizada por las fuentes oficiales de los equipos (Velloso, 2022). En la industria televisiva, para seguir produciendo comenzaron a utilizarse intensamente dispositivos no televisivos, como celulares o videollamadas, práctica inicialmente cuestionada por su baja calidad audiovisual. Con la coyuntura de pandemia, el aspecto de la estética de la imagen pasó a un segundo lugar (Blas et al., 2020). Los primeros estudios al respecto predecían que muchos de estos usos (como las videollamadas o el empleo de la nube para trabajar), se convertirían en sistemas recurrentes para los periodistas (Túñez et al., 2020). La crisis sanitaria obligó a la aplicación mundial del teletrabajo para evitar contagios; sin embargo, ello no minimizó la afectación física y emocional de los periodistas (Casero-Ripollés, 2020).

Las innovaciones aplicadas conllevaron una reflexión sobre el futuro de la producción informativa, ya que se encontraron ventajas en lo concerniente a la contratación mundial de servicios audiovisuales, con la aplicación de sistemas de trabajo híbridos, la aparición de nuevos perfiles

profesionales, la reducción de tiempo en los desplazamientos hacia las locaciones, o la inmediatez para ejecutar las coberturas y entrevistas (Blas et al., 2020). Todas estas innovaciones permitieron seguir produciendo contenidos, pero con la diferencia de que los profesionales se adaptaron a trabajar a la distancia y en horarios o rutinas que antes no eran parte de su ejercicio. Esta transformación de los roles profesionales fue denominada periodismo remoto (Túñez et al., 2020). Al aplicarse estas innovaciones, las etapas de la realización audiovisual —preproducción, cobertura y posproducción—, pudieron ser ejecutadas a distancia, lo que se conoce como producción audiovisual remota (Karbaum, 2022b), como una forma de resaltar los nuevos productos mediáticos y las nuevas rutinas en los procesos de producción (Arana et al., 2020). Cabe indicar que las industrias audiovisuales ya estaban en un proceso de transformación, pero la pandemia aceleró esos cambios en aspectos como producción, distribución, financiación y consumo (Formoso, 2022). En este contexto, la televisión retomó su importancia y centralidad social (Casero-Ripollés, 2021). Todas las dificultades presentadas obligaron a que el sector televisivo se viera en la necesidad de modificar la programación para satisfacer la alta demanda por el aumento del encendido (Moguillansky, 2021), lo que debe de entenderse como un proceso coyuntural en que la crisis social propicia el consumo de medios, información y entretenimiento (Arana et al., 2020; Ellis, 2020; Negra, 2020).

1.2. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DEPORTIVA

La definición de producción, tanto en el cine como en la televisión, se usa para denominar los diferentes procesos que se ejecutan para elaborar contenidos para estos medios. Desde hace mucho existe consenso en dividirla en tres etapas: preproducción, realización o cobertura, y posproducción (Ciller y Palacio, 2016; Jaunarena, 2017; Molla, 2012; Ortiz, 2018). Hay autores que añaden otras fases al proceso, como las de ideación y desarrollo del proyecto, que se ejecutan antes de la preproducción.

También se suman las propuestas que aluden a la distribución, exhibición y preservación, posteriores a la posproducción (Mutis, 2018; Worthington, 2015). Según Ortiz (2018), el concepto de producción tiene una condición polisémica porque se entiende como el proceso completo de realización audiovisual. Dicho concepto también se utiliza para definir a la etapa de rodaje y, por último, para denominar a las actividades donde se gestionan los recursos humanos, financieros, logísticos y técnicos. En cuanto a la producción periodística, Martínez de Souza (1992) plantea procesos aún más específicos como el acopio de datos, la transmisión de estos, la elaboración y la emisión de los hechos cubiertos. En la televisión los procesos de producción se consolidan en la programación, que es la estructuración de los contenidos que las televisoras ofrecen a su público (Villagrasa, 2011). Por ello, los canales incorporan en su programación bloques o programas deportivos debido al gran interés que provocan en la audiencia, utilizando para ello formatos como el noticiero, el magazín, la revista informativa o el debate (Gutiérrez, 2003), que, según Gordillo (2009), pertenecen al género informativo, mientras que las retransmisiones de los eventos deportivos corresponden al del entretenimiento.

En la televisión, los procesos de producción periodística se vieron trastocados a nivel procedimental durante la pandemia y motivaron la innovación de procedimientos en donde se hibridaron tecnologías, pero también narrativas (Karbaum, 2022b). En ese contexto, la televisión y las retransmisiones deportivas tuvieron que adaptarse ante la nueva realidad, que prohibía las aglomeraciones públicas para seguir transmitiéndolas (Kumar y Dwivedi, 2020). Al respecto, es necesario entender que la producción audiovisual ya no era monomediática, sino que iba camino a la hibridación. Para entenderlo, es necesario traer a colación que la integración de diversos medios para producir contenidos se venía dando hace unas décadas y, teóricamente, Chadwick (2013) lo denominó sistema híbrido de medios, lo cual sirve para comprender las relaciones entre los distintos medios y el poder. Esto, a su vez, explica que en esas interrelaciones haya una coevolución de los medios involucrados en los procesos de producción mediática (Ibarra, 2020). Lo que, en todo caso, ha propiciado la pandemia, es forzar el acercamiento de estas formas híbridas de realización audiovisual. Es por ello que esta investigación tiene como objetivo describir las innovaciones y transformaciones que se aplicaron en la producción audiovisual en los medios audiovisuales deportivos durante la pandemia de la COVID-19. Para ello se plantea la hipótesis de que, ante los contextos adversos -como el de la pandemia de Covid-19-, los periodistas y realizadores deportivos iberoamericanos propician la hibridación de procesos y tecnologías para seguir realizando sus producciones mediáticas.

2. METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo básica, no experimental, de corte transversal y descriptiva, debido a que su propósito es analizar la ejecución de la producción audiovisual deportiva durante la pandemia de la COVID-19 en medios audiovisuales de este rubro. Con esa intención se aplicó el método analítico, porque se estudian las distintas etapas de la producción audiovisual y periodística, desagregándolas en sus tres fases, que son la preproducción, la cobertura y la posproducción. Estas etapas han sido designadas como áreas de estudio porque son necesarias para la realización de programas deportivos; además, cada una de ellas conlleva la práctica de procesos específicos que las diferencian entre sí. En esta investigación se aplicó el enfoque cualitativo porque permite trabajar con las opiniones, conocimientos y experiencias culturales de los participantes (Quecedo y Castaño, 2002; Creswell, 2013; Katayama, 2014; Krause, 1995). En función de lo planteado, se planificó responder las siguientes preguntas de investigación:

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN GENERAL:

- ¿Cuáles fueron las innovaciones o transformaciones que se aplicaron en la producción audiovisual en algunos de los principales medios deportivos iberoamericanos (ESPN, Marca, Win Sports, Movistar Deportes, DSports y Mediapro) en los primeros años de la pandemia de la COVID-19, 2020, ¿2021 y 2022?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

- ¿Qué procedimientos se implementaron en la preproducción periodístico-televisiva de los medios deportivos audiovisuales escogidos durante el mencionado periodo?
- ¿Cuáles fueron las innovaciones en la cobertura periodístico-televisiva en estas plataformas durante la pandemia de COVID-19?
- ¿Cómo se aplicaron los métodos en la posproducción periodístico-televisiva de los medios audiovisuales deportivos propuestos durante la crisis sanitaria?

La información empírica fue recopilada aplicando la técnica de la entrevista semiestructurada, para la cual se elaboró un cuestionario validado por juicio de los siguientes expertos: José Reátegui —periodista y docente universitario—, Carlos Torres —productor y docente investigador— y Pedro Acuña —productor y docente periodístico—. Previamente se realizó un análisis de documentos que comprendió la revisión de bibliografía y de contenidos audiovisuales (Corbetta, 2007). La investigación bibliográfica documental (del Río y Velázquez, 2005) fue aplicada tanto para la ejecución del estado de la cuestión, como para la determinación de las categorías de análisis. Luego, la revisión exploratoria audiovisual comprendió el visionado de los productos audiovisuales de los medios seleccionados de los años 2020, 2021 y 2022 en YouTube o en las webs de los canales que son parte de la muestra. Esto se hizo para ir afinando las categorías y las subcategorías que emergieron de la primera revisión bibliográfica. Después se desarrolló la técnica de la entrevista, porque es un método que permite aplicar un plan estratégico mediante la selección adecuada de los participantes (Corbetta, 2007). Los entrevistados fueron seleccionados porque estuvieron en funciones durante las distintas olas de la pandemia. Para la mayoría de los medios se contactaron perfiles profesionales determinados, que fueron productores, reporteros, conductores y posproductores; esto porque cada uno de estos perfiles aporta información desde su especialidad, y, además, porque la heterogeneidad muestral facilita la recolección de datos relacionados con las funciones de sus coelegidos, permitiendo triangular la información de todo el proceso de producción audiovisual.

En tal sentido, se estableció una muestra de tipo intencionada, porque permite recabar información sobre temas y conceptos propios del objeto de estudio y porque es la más conveniente para la investigación (Otzen y Manterola, 2017; Vasilachis, 2006). Los primeros entrevistados fueron los productores, que brindan información general acerca de los procesos de producción. El resto de los participantes fueron contactados a través de la técnica de bola de nieve, ya que se pudo trabajar con ellos a partir de las referencias que los propios entrevistados daban para seguir contactando a participantes que, en algunos casos, son de difícil acceso (Creswell, 2013; Hernández y Carpio, 2019). Con esos criterios, la muestra de participantes estuvo conformada por las siguientes personas (se mencionan los cargos que mantuvieron los entrevistados durante el periodo elegido):

- Julio De Feudis: productor y posproductor de ESPN, Estados Unidos, con 25 años de experiencia profesional (JD)
- Ornella Palumbo: presentadora y reportera de ESPN, Perú, con 12 años de experiencia profesional (OP)

- David Gayón: productor de Win Sports, Colombia, con 17 años de experiencia profesional (DG)
- Valentina Rincón: conductora y reportera de Win Sports Colombia, con 7 años de experiencia profesional (VR).
- Luisa Calderón: posproductora de Win Sports, Colombia, con 16 años de experiencia profesional (LA)
- Manuel Paz Soldán: productor de Movistar Deportes, Perú, con 18 años de experiencia profesional (MP)
- David Chávez: reportero de Movistar Deportes, Perú, con 14 años de experiencia profesional (DC)
- Manuel Arellano: posproductor de Movistar Deportes, Perú, con 25 años de experiencia profesional (MA)
- José Stuart: productor de DSports, Perú, con 12 años de experiencia profesional (JS)
- Julio Vilchez: conductor y reportero de DSports, Perú, con 16 años de experiencia profesional (JV)
- Roly Mengual: productor y periodista de Mediapro – Conmebol, Argentina, con 18 años de experiencia profesional (RM)
- Marta García: productora, realizadora, posproductora y enviada especial de Marca, España, con 13 años de experiencia profesional (MG)
- Alberto Ortega: redactor audiovisual de Marca, España, con 14 años de experiencia profesional (AO)

Las entrevistas fueron realizadas a través de Zoom, desde noviembre de 2022 hasta enero de 2023. Las preguntas hechas se estructuraron siguiendo los planteamientos teóricos de los autores referenciados en la tabla 1, que definen las diferentes acepciones para cada una de las etapas de la realización audiovisual. En función de ello, estas preguntas se fueron ajustando de acuerdo con el perfil profesional de los convocados. En el transcurso de ellas, se permitía el desenvolvimiento de los participantes y se les hacían repreguntas —fuera de guion— que permitieron obtener datos más profundos sobre sus actividades y las innovaciones aplicadas durante la pandemia. Con la data obtenida, se procedió a su transcripción y a su posterior procesamiento, para luego efectuar su codificación y organización (Strauss y Corbin, 2002). Finalmente, para tener la data más actualizada, se realizó una segunda entrevista a aquellos profesionales de la muestra que hicieron cobertura en el Mundial de Fútbol Qatar 2022. El propósito fue comparar si algunas de las innovaciones aplicadas en pandemia se siguieron utilizando en este evento deportivo, para entender hasta qué punto estos implementos se han integrado plenamente a la producción audiovisual de contenidos deportivos.

Tabla 1. Categorías, dimensiones e indicadores para la realización de los cuestionarios y el procesamiento de la información empírica

Categoría	Dimensiones	Indicadores
Producción (Ciller y Palacio, 2016; Jaunarena, 2017; Molla, 2012; Ortiz, 2018)	Preproducción	Reunión de comité (Canales, 2009)
		Cuadro de comisiones (Estremadoyro, 2004)
		Selección y jerarquización (Rodrigo, 2005)
	Cobertura	Comisión imprevista – comisión planificada (Estremadoyro, 2004)
		Cobertura de crisis (Pellegrini et al., 2015)
		Registros con cámaras ENG (Bandrés y García Avilés, 2000; Linares, 2021)
		Registros con otros dispositivos (Karbaum, 2021)
	Posproducción	Edición: corte, orden, ritmo y duración (Estremadoyro, 2004; Pérez, 2010)
		Posproducción de audio y video (Sifuentes, 2018)

Fuente: Elaborado a partir de Karbaum (2022b)

3. RESULTADOS

3.1. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL REMOTA

La realización de distintos géneros y productos audiovisuales siempre ha necesitado de la presencia planificada de profesionales y técnicos dentro de las locaciones destinadas para los rodajes en canales de televisión o en estudios cinematográficos, así como en locaciones externas, con una previa planificación (Andreu, 2016; Jaunarena, 2017), con mayor razón para la cobertura de los eventos de actualidad por parte de los periodistas en los distintos tipos de comisiones que cubren (Estremadoyro, 2004). Toda esta dinámica de trabajo cambió abruptamente con la llegada de la COVID-19 a cada país. Canales y medios deportivos no fueron la excepción, e inmediatamente tuvieron que adaptarse a la situación (Kumar y Dwivedi, 2020), por lo que debieron diseñar estrategias, hibridar tecnologías y crear nuevos formatos para seguir emitiendo contenido en sus señales.

3.1.1. PREPRODUCIR EN TIEMPOS DE CONFINAMIENTO

La mayoría de entrevistados coincide en que, una vez decretadas las cuarentenas y suspendidas las actividades deportivas, la preproducción pasó a efectuarse de manera completamente remota usando aplicaciones como Zoom, Teams, Slack o hasta WhatsApp, por las cuales se realizaban las reuniones de comité y se elaboraban las pautas para los programas. Ante la cancelación abrupta de las competencias, la agenda temática pasó por varios momentos. El primero se enfocó en planificar temas para los programas diarios que se orientaban a responder preguntas como “¿Hasta cuándo va a durar la suspensión de eventos?”, “¿Cómo está afectando la COVID-19 a los equipos deportivos?”, “¿Cómo están afrontado los jugadores esta situación?”, “¿Se darán los Juegos Olímpicos?”, entre otras (LC – JD – MP – JS – MG). A esta construcción de la temática deportiva se le puede llamar agenda de la incertidumbre. Una vez que esa temática se agotó, tuvo que crearse una estrategia para seguir programando. En tal sentido, los productores, con sus equipos, siguieron coordinando temas a través de las reuniones virtuales y se encontró en el pasado un recurso valioso para generar contenido; por ello, las videotecas comenzaron a proveer material deportivo y, por su parte, los productores empezaron a diseñar sus pautas de programación en función de lo que sus archivos contenían (JD – DG – MP – JS – MG).

Los pocos miembros de la producción que iban, o quienes fueron los primeros en regresar a sus canales, fueron los productores y los conductores de los noticieros, a los que incluso se les tuvo que gestionar temas como el transporte y los permisos de circulación en un contexto de cuarentena obligatoria (DG – MP). Además, la aplicación de los protocolos sanitarios fue obligatoria en todos los canales de los profesionales que formaron parte de este estudio. Los reporteros también pasaron a realizar teletrabajo desde sus lugares de confinamiento (DC – OP – VR – JV). En otros casos, como en el de los posproductores, algunos medios organizaron su presencia rotativa en el canal; así, ya no laboraban todos los días en la estación televisiva, sino que se turnaban para ir determinados días y trabajar otros desde la virtualidad, programándose también vacaciones escalonadas (LC); en otras estaciones sí pasaron totalmente al trabajo remoto (JD – MA – OP – JS). Además de ellos, diferentes áreas administrativas fueron enviadas obligatoriamente al trabajo remoto, y esa es una práctica que ya ha quedado establecida, al demostrar su funcionalidad durante la pandemia, por lo que, en la actualidad, se llegan a combinar con jornadas presenciales algún día de la semana (DG – MP – MG – RM). Aunque hubo esfuerzos por reorganizar al personal, fue inevitable que en algunas estaciones hubiera despido de trabajadores. Varios de los entrevistados coinciden en que, si bien el trabajo en casa resultó ser una solución, no estaba exento de complicaciones, como la incomodidad de no contar con espacios adecuados, las interrupciones que la misma convivencia familiar provocaba y el desgaste psicológico provocado por el confinamiento.

El canal no lo tocábamos para nada en meses, incluyéndome a mí, con toda la dificultad que eso implica, tener una casa llena de gente y no te puedes concentrar, haces teletrabajo. Estás en casa y te piden hacer varias cosas como cuidar al niño y como que se les olvida que estás trabajando. Las dificultades eran cargas que al comienzo eran suaves, pero al transcurrir el tiempo ya necesitaba volver al canal (Stuart, comunicación personal, 5 de enero de 2023).

3.1.2. REPORTERISMO REMOTO

El registro audiovisual de hechos reales implica que se organice la ejecución de su cobertura por parte de reporteros y camarógrafos, dependiendo de si sus comisiones son planificadas o si son imprevistas (Estremadoyro, 2004). En el contexto de la COVID-19, en algunos medios deportivos los reporteros también fueron al teletrabajo, lo que constituyó un cambio radical con respecto a la producción de la información deportiva. Muchos de ellos desempeñaron sus actividades desde casa: primero, porque no había eventos que cubrir; y, segundo, porque existían restricciones sanitarias (DG – DC – OP – JS). En tal sentido, ellos coordinaban sus temas con sus productores de modo remoto y aplicaban el home office, pero adaptándolo a la producción de entrevistas, notas informativas, informes, entre otros. A partir de ello, coordinaban videollamadas para realizar las entrevistas en casa y luego redactaban sus textos y hacían sus locuciones usando aplicaciones libres como WhatsApp, y, dependiendo de la infraestructura de cada estación, se organizaba el envío a los posproductores de guiones y locuciones, más las tomas de apoyo, sobre todo de archivo, las cuales eran gestionadas desde el canal. Cabe destacar que los jugadores y entrenadores estaban predispuestos a brindar las entrevistas y contaban mucho acerca de lo que hacían para mantenerse en forma desde sus casas; incluso, algunos apoyaban con la creación y el envío de tomas de apoyo (OP – DC – VR – JS – MG – AO): “Ayudó mucho en cuanto a la salud mental de los futbolistas poder por los menos tener ese espacio, y poder hablar también y contar qué estaban haciendo, porque para ellos también fue muy difícil” (Calderón, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

3.1.3. LA POSPRODUCCIÓN REMOTA

Una de las primeras gestiones en esta área fue la de implementar sistemas de posproducción deslocalizados del canal y organizar el proceso ya no soportándolo en el intranet de los canales, sino empleando internet para comunicar los servidores del canal con las computadoras de los editores en sus casas. Así como a los conductores se les enviaban equipos para la implementación de sus escenografías domésticas, los canales hicieron lo propio con los posproductores, pero en su caso les enviaron sus islas de edición o laptops para que pudiesen continuar con su labor de manera remota. Además de ello, se les amplió la velocidad del internet para que pudiesen recibir o enviar material audiovisual con comodidad. Pero lo anterior no siempre estuvo garantizado, porque había momentos en que el internet fallaba (JD – MA – LC – MG – AO). Aunque internet brindaba una solución ante este contexto, la posproducción no fue ajena a ciertas limitaciones, como la ausencia del contacto personal que se tenía en los canales para hacer coordinaciones y que implicaba, en lo remoto, gestionar la comunicación de manera virtual (MA – JD). Para solucionarlo, trabajaban en contacto con el reportero a través de distintas opciones, como llamadas telefónicas, videollamadas o correo electrónico. Cabe indicar que, para poder establecer las conexiones entre los sistemas del canal y las casas de los posproductores o reporteros, se tomaron medidas de seguridad contra hackeos (LC).

La edición se pudo manejar de diversas formas, a veces desarrollándola en contacto con el reportero de manera remota y otras en que éste solo enviaba el guion y su locución y, a partir de ello, se

buscaba el material de archivo con los códigos de tiempo remitidos por el reportero. La diferencia con tiempos prepandémicos es que todo esto se realizaba de manera remota desde la propia casa del reportero hacia la del editor, triangulándose con el canal. Dependiendo de cada medio, se podía realizar todo el proceso de posproducción en la computadora del editor (MA – LA – JS – MG). En otros canales, un editor hacía la estructura por corte y luego solicitaba que la posproducción de video y audio la efectuase un posproductor también en su casa y con su computadora. Para ello, este último trabajaba sobre el mismo proyecto de edición que estaba en línea incubado en el intranet de la estación, al cual accedían remotamente desde internet (JD).

El trabajo con el material de archivo o con tomas de apoyo implicó la innovación de diversas modalidades de gestión audiovisual dependiendo del medio. En algunos medios no se podía acceder remotamente a las videotecas, por lo que se enviaba al editor el material preseleccionado por corte y este le daba forma y estructuración desde su isla de edición en casa. Para los envíos de archivos se podían usar aplicaciones como WeTransfer o Teams, entre otras (DG – MP – JD – MG – AO). En otros canales sí se podía tener acceso remoto al archivo y, así, podían gestionarse los materiales para su edición, al tiempo que también podía tenerse acceso a todos los programas del intranet del canal y con ellos se conseguía gestionar todo el proceso de posproducción (JD)

Todo este conjunto de estrategias de implementación de la posproducción remota implicó que los editores empezaran a editar una diversidad de materiales provenientes de distintos registros, archivos de las videotecas, lo que generaban los mismos deportistas en sus redes sociales o sus clubes, señales de videojuegos, imágenes grabadas desde los sets de los canales, grabaciones de entrevistas o debates realizados por videollamada —mayoritariamente usando Zoom—, entre otros. Todos ellos tenían que ser estandarizados hacia los formatos de emisión de las cadenas, que tienen una proporción horizontal propia de la televisión digital o de YouTube; para ello, se fueron generando estéticas nunca antes propuestas, que son la manifestación audiovisual de esta época (LC – MA – JD – JS – MG – AO).

3.2. LA REESTRUCTURACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

La programación es la oferta de contenidos que establece la cadena televisiva, con la cual crea su identidad y la proyecta hacia el público que está interesado en sus programas (Villagrasa, 2011). Con la llegada de la COVID-19, la programación de los medios audiovisuales deportivos se vio trastocada. Una de las primeras consecuencias de la cancelación de eventos de deportes fue la reducción del tiempo de duración al aire de los programas, o su suspensión. Al no haber cobertura ni transmisiones deportivas, se carecía de material audiovisual e informativo con el cual producir contenidos (DG – MP – JD – JS). Dependiendo del canal, se cancelaron competencias sobre las que se tenía adquiridos los derechos de transmisión, como las eliminatorias sudamericanas para el mundial de Qatar 2022, la transmisión de todos los partidos de la liga colombiana de fútbol y los partidos de las competencias de la Conmebol. Esto causó un gran problema, porque toda la programación de los medios deportivos se sustentaba en la transmisión de estos encuentros, junto con la cobertura de los equipos durante la semana en cada liga. Además, estos eventos sirven como suministro para los diversos programas que se emiten en cada canal (DG – JD – MP – RM – MG). En este contexto, inmediatamente las videollamadas se aplicaron para la

realización de reuniones de preproducción. En ellas se discutían y planteaban ideas para los contenidos que iban a crearse en busca de cubrir los vacíos de programación (DG – MP – JD):

Había reuniones continuas para saber de qué manera podíamos resistir a esta situación. Siempre pedían que manden ideas, de qué manera se puede agregar contenido a los diferentes programas, porque ellos piden a su canal solamente deportes y había que mantener la pantalla ocupada (De Feudis, comunicación personal, 21 de octubre de 2022).

En la etapa inicial del confinamiento, las innovaciones implicaron la experimentación hibridando medios. Algunos medios comenzaron a lanzar programas por internet a manera de pilotos. En ellos probaban plataformas como Zoom para grabar, así como para hacer el envío de archivos, que se editaban y emitían como pruebas por la red. Una vez medidos los tiempos de producción, se trasladó la experiencia a la programación de la señal televisiva (MP/Movistar Deportes). En otros tuvieron que unificar señales y programaciones, Win Sports recién había inaugurado su señal premium; al surgir la COVID-19, tuvo que unir esta última con su canal primigenio para poder seguir operando (DG – LC). En cadenas que emiten para regiones conformadas por varios países, como ESPN o DSports de Sudamérica, que tienen sus *hubs* regionales en Buenos Aires —desde donde se producen y emiten las señales locales para países como Argentina, Perú, Ecuador o Colombia—, se mantuvo al aire la programación de Argentina y se compartió para las otras señales mientras se iban implementando las estrategias para producir a través del teletrabajo. Una vez que se pudo sacar programas de esta manera, las señales locales fueron retomadas, pero en otras condiciones de producción (OP – JV – JS). Cabe indicar que la programación para cada país es establecida mediante programas y competencias deportivas que se transmiten en todos los canales de la franquicia, pero se combinan con programas que cada sede nacional produce, y de ello sale la oferta mediática para cada país, que se organiza y distribuye desde Argentina.

La mayoría de entrevistados coincide en que en sus respectivos canales se tuvo que apelar a reprogramar eventos deportivos pasados, como encuentros de fútbol trascendentales, o a incorporar en los programas de panelistas temas que estén referidos al pasado. La producción también implicó la búsqueda de eventos deportivos que se estuviesen practicando, para programarlos. Para ello, se hacía un seguimiento de temas como las ligas de fútbol que iban a reiniciar pronto —como la alemana—, o la práctica de deportes que no implicaban contacto cercano entre los deportistas —como en el tenis—. También se hacía mucho seguimiento de lo que llegaba por las agencias informativas o de la reactivación de deportes en países que tenían pocos contagios (DG – JS). En otros casos, hubo medios que tuvieron que comprar derechos de transmisión de ligas deportivas que no habían paralizado sus actividades, como la de béisbol en Corea (JD). En algunos canales siempre se dio preferencia a los deportes más populares, como el fútbol; sin embargo, la paralización los obligó a informar sobre otros deportes y deportistas (LA – JV – MP).

La producción ajena es muy frecuente en la programación de los canales, pero comparte presencia con la programación propia dentro de la oferta de las estaciones televisivas (Villagrasa, 2011).

Ante la carencia de eventos y coberturas deportivas, se incorporaron programas de producción ajena, también conocidos como enlatados, en donde se encontraba diversidad de temas, como partidos o biografías de jugadores. A cargo de estos programas estaban productoras internacionales que, en el contexto de la pandemia, detectaron la necesidad y comenzaron a producir más contenido actualizado, que tocaba lo deportivo más el contexto pandémico (DG). También se pusieron en pantalla documentales deportivos y hasta películas de ficción relacionadas con estos temas, para lo cual se gestionaba su adquisición tratando de que no se perjudicase el presupuesto del canal. Estos contenidos, al comenzar a transmitirse de manera continua, se establecieron como franjas dentro de la programación (MP – DG).

3.3. VIDEOLLAMADAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

Las videollamadas se convirtieron en un recurso más dentro de la producción televisiva y permitieron que el periodismo de este medio siguiese informando a la población durante la pandemia (Blas et al., 2020; Karbaum, 2022a). En la producción audiovisual deportiva se utilizaron para entrevistar a jugadores, entrenadores, representantes de clubes y especialistas, entre otros. También se usaron para que los conductores de programas —como los de debates—, pudiesen conectarse con sus respectivas estaciones televisivas y, así, sacar sus programas al aire. Los participantes en este estudio coinciden en que, antes de la crisis sanitaria, estaban descalificadas por su poca calidad audiovisual; sin embargo, terminaron convirtiéndose en una opción más que necesaria dentro del contexto pandémico. Para optimizar su realización se implementaron protocolos de asistencia técnica y se enviaban aros de luz, celulares, trípodes, micrófonos, fondos Chroma Key, señal de internet, y se coordinaba la escenografía casera que implementaba el conductor de manera permanente (DG – OP – MP – JV). Tanto para entrevistas como para la conexión con los conductores, la aplicación más usada fue Zoom; no obstante, se utilizaron otras, e incluso se emplearon redes sociales como Instagram, pues con ellas se pueden hacer las entrevistas y, a la vez, generar interacción con los usuarios (DC – MG – AO). En otros casos también se aplicó la tecnología LiveU, que permite generar señales de audio y video generadas por una cámara conectada a una mochila, y enviarlas por internet; además, es posible hacer lo mismo a través de celulares con la aplicación instalada, siendo esta opción la más aplicada en Win Sports (LC – DG). Otros medios, como Marca, empezaron a realizarlas por Zoom, pero luego migraron a vMix, al comprobar su mayor factibilidad (MG).

Cuando los reporteros realizaban las videollamadas hacían doble función, pues no solo entrevistaban, sino que también eran los encargados de guiar a los entrevistados en la composición de su encuadre y en grabar la conversación (DG – OP), aunque algunos de los entrevistados ya tenían adquirida la alfabetización audiovisual necesaria para elaborar sus encuadres, e incluso tenían su escenografía doméstica ya montada (MP). En otros casos, se incluía a un productor en la videollamada para que se encargase de los aspectos técnicos —antes de la pandemia desempeñaba el rol de productor de campo—, y de gestionar la grabación y enviarla a edición (OP).

Las entrevistas virtuales ya han quedado establecidas como un procedimiento habitual para la producción y se ha normalizado su estética, porque la pandemia enseñó que lo más importante era tener

al entrevistado. Lo mismo aplica para los conductores de los programas que están en diferentes lugares y que se interconectan así para sacar el programa al aire (DG – MP – JS). Las entrevistas por videollamada fueron un recurso muy intensivo. Se las debía producir pensando en sus distintas posibilidades combinatorias, ya que podían hacerse con un conductor en el set y con el entrevistado desde su locación de confinamiento, o con todos los involucrados compartiendo una misma videollamada. A pesar de las limitaciones, esto permitió la comunicación con personajes deportivos destacados ubicados en cualquier parte del mundo (DG – MP – JS).

Los programas de debate o conversación, muy frecuentes en estos medios, también se hacían con los conductores conectados por videollamada y desde sus respectivas casas; primero, por el confinamiento obligatorio; y, en segundo término, porque varios conductores eran personas vulnerables a la enfermedad. Luego se comenzaron a producir estos programas con algunos conductores desde el set y otros conectados por videollamada (DG – JD – MP – MG). La versatilidad de esta herramienta trascendía la circunscripción geográfica de la cadena televisiva, llegando incluso a establecerse conexiones con los presentadores que, por el confinamiento, podían estar en distintas provincias o en regiones del país de origen de la cadena televisiva. Dichos programas podían enriquecerse con la presencia de invitados y se sustentaban en la pericia discursiva de los panelistas o conductores (DG – OP – MP).

Figura 1. Programa *A los años*



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=9zrK8vM3rBo&t=28s>

Esta interconexión también fue utilizada para los noticieros deportivos que los canales de este tipo producen diariamente. Para ello, los conductores adecuaban sus espacios de trabajo doméstico para realizar las transmisiones desde casa, y usualmente tenían un solo conductor (JV – OP). En otras estaciones se organizaron turnos rotativos, en los cuales uno de los conductores iba al canal para poder presentar desde allí, debido a que el internet podía presentar fallas de conexión; entonces, para paliar

este inconveniente, se retomaba la conducción desde el set no solo para los noticieros, sino también para los programas de debate (VR).

3.4. EL REGRESO DE LOS RETRANSMISIONES Y LAS COBERTURAS

Cuando se reiniciaron las competencias deportivas, la planeación de la producción tuvo que hacerse pensando en la aplicación de las normativas sanitarias. La mayoría de entrevistados refieren que dichas normas se disputaron sin público en los estadios y con el personal mínimo requerido. Para ello, tanto deportistas como camarógrafos, reporteros, conductores y productores de campo debían hacerse pruebas anti-COVID-19 semanales y aplicar los protocolos sanitarios de uso de mascarillas y respeto del distanciamiento social, lo que condicionaba la labor de cobertura. Dentro de la agenda temática se insertaron preguntas como estas: ¿cuáles son los preparativos que tiene cada equipo de fútbol?, ¿qué están haciendo?, ¿cómo reciben a los futbolistas?, ¿qué cambios han efectuado en cuanto a su bioseguridad? (LC). Estas preguntas eran las guías para la creación de diversos contenidos que se sumaban a la transmisión y cobertura de las actividades deportivas, y que pueden denominarse agenda del retorno restringido. En esta etapa se dieron también particularidades con relación a la producción de la transmisión de los campeonatos. Algunos de ellos se organizaron creando burbujas de sanidad donde se reunía a los jugadores de las competencias en un solo lugar, para evitar traslados y contagios. Las transmisiones estaban a cargo de los canales dueños de los derechos de transmisión. Uno de los primeros eventos en reiniciarse fue la NBA, y la burbuja estuvo ubicada en los estudios Disney de Orlando, desde donde se hacían las transmisiones. Pero hay que tener en cuenta la particularidad de que la misma liga tuviese su propio canal para transmitir los partidos:

Volvió la NBA con esta burbuja en la sede de Disney en Orlando, y eso fue un gran alivio, porque, ya que se empiece a jugar algún partido, un partido te deja análisis, te deja lesiones, te deja cualquier tipo de disputa, declaraciones, pero ya te da material para preparar tu programa, y, poco a poco, así fuimos retomando la actividad (De Feudis, comunicación personal, 21 de octubre de 2022).

Para el caso de las transmisiones de los partidos de la Conmebol —que comprenden los torneos de la Copa Libertadores, la Copa Sudamericana y la Recopa—, apenas se tuvo la autorización de reiniciar los campeonatos —en septiembre de 2020—, se aplicaron las estrategias que se habían ido planificando desde meses antes de manera remota. Entre ellas, la de crear burbujas de producción, es decir, grupos de profesionales que realizaban las transmisiones juntos y que se mantenían en la misma lista de miembros para cada comisión que se les asignaba:

En cada transmisión de un partido de fútbol de torneos Conmebol trabaja el productor con el operador de gráfica, con el sonidista, con el editor que va armando en vivo los *highlights* de ese mismo partido. Entonces, trataban de mantener siempre el mismo equipo de trabajo, cosa que, si llegado el momento yo podía tener COVID positivo, eso permitía aislar directamente a las cuatro o cinco personas que habían estado en contacto conmigo y no a todos. Entonces, en ese sentido, se armó inteligentemente eso de las burbujas (Mengual, comunicación personal, 9 de enero de 2023).

Otras coberturas que dejan bastante material informativo son las conferencias de prensa y los entrenamientos que se retomaron en la producción audiovisual, pero de manera diferenciada con respecto a los tiempos prepandemia, porque no se cubrían presencialmente. En el caso de las primeras,

se gestionaban a través de grupos virtuales, preferentemente creados en WhatsApp, donde están suscritos todos los reporteros asignados a la cobertura de un determinado club o equipo. A través de ese medio, cada reportero planteaba una pregunta, estas interrogantes luego eran leídas por los jefes de prensa de los equipos, pero la variedad no solo estaba allí, sino que las respuestas eran dadas por los entrenadores o jugadores por medio de videollamadas, mayoritariamente hechas por Zoom. De allí también se extraía información para elaborar contenido para los diversos programas. Con respecto a las tomas de apoyo, estos recursos eran generados por las áreas de prensa de los clubes, que los distribuían a los diferentes medios. La calidad de las tomas de apoyo dependía del grado de producción que cada club podía aplicar; algunos grababan solo con celulares y, en cambio, otros aplicaban mayor nivel de producción, grabándolas con encuadres adecuados y editándolas con música y colocación de efectos (DC – LC – MA – OP – VR – JS – MG). Si bien hay generalidad en la forma como se manejaron las coberturas de los entrenamientos, en todos los países los accesos no fueron coincidentes temporalmente. Solo por mencionar algunos casos, el Barcelona F. C. permitió el ingreso a los equipos de prensa en la primavera de 2022 —después de la Semana Santa—, mientras que el Real Madrid Valdebebas hizo lo propio recién para septiembre del mismo año (MG).

En cuanto a la infraestructura, el regreso también implicó que se adecuasen los ambientes para mantener el distanciamiento social dentro de los canales; para ello, se separaron aún más las islas de edición y se obligó a usar implementos como mascarillas o guantes. La llegada de las vacunas fue lo que cambió la situación (LC – JD – DG – RM).

3.5. EXPERIENCIAS QUE QUEDAN

Una de las experiencias que ha enseñado la pandemia es la aplicación del teletrabajo total o parcial para algunas áreas específicas de los canales, y se sigue practicando por las ventajas que ha demostrado durante la pandemia. El teletrabajo no solo se circunscribe a los aspectos de gestión administrativa del canal, sino que se aplica para áreas relacionadas con la creación y producción de los contenidos, en donde cada uno de los medios ha ido diseñando la periodicidad virtual y presencial de sus trabajadores durante la semana (MP – DG – JV – RM – MG):

La empresa no nos obliga a ir al canal o *hub* de producción todos los días de la semana; nosotros debemos ir todos los días de la semana cuando hay partidos o hay transmisiones. Eso se hace físicamente desde el *hub* de producción de Mediapro y Conmebol, pero los días que no hay partidos [...] muchas veces cada uno trabaja desde su casa, conectándonos vía Zoom o en alguna otra plataforma virtual. Eso sí creo que cambió con la pandemia y vino para quedarse (Mengual, comunicación personal, 9 de enero de 2023).

En algunos medios aún se mantienen ciertas medidas de protección sanitaria; por ejemplo, en las áreas de posproducción la comunicación para las coordinaciones del trabajo sigue siendo a través de medios digitales como Teams. Además, las islas de edición se rediseñaron pensando en una distancia social prudencial, lo que aún se mantiene, más allá de la reducción de la letalidad de la pandemia (JD). La mayoría de los entrevistados coinciden en que las videollamadas han quedado como práctica recurrente para dos funciones. La primera es realizar coordinaciones de producción, y, la segunda, como

recurso técnico para realizar entrevistas que se utilizan como contenido de los programas deportivos, lo cual es una muestra de cómo ha propiciado de manera forzada la hibridación de la producción televisiva con otras plataformas y medios de forma acelerada:

Era algo que no lo teníamos ni pensado. Antes hacer una entrevista a un deportista que estaba fuera del país era toda una logística y gastos porque era contratar a un corresponsal con su cámara; te podía costar 1000 dólares. Ahora no te cuesta nada, es totalmente gratis y el deportista está disponible (Stuart, comunicación personal, 5 de enero de 2023).

Entre sus ventajas, ha permitido innovar procesos antes no establecidos, como reuniones de preproducción entre las sedes nacionales de algunos canales deportivos con sus *hubs* regionales ubicados en países como Argentina, y también realizar coordinaciones con los organizadores de eventos deportivos que están en diversos países (JV – JS).

En el mundial de Qatar 2022 se han aplicado variaciones en cuanto a producción; por ejemplo, en Movistar Deportes Perú ya no se han usado tan intensamente las videollamadas para la preproducción, pues fueron reemplazadas por otros aplicativos como WhatsApp. Lo propio de esa cobertura sí se dio a través del uso de mochilas LiveU conectadas a las cámaras que transmitían la señal por internet, pero cabe indicar que también se tenían teléfonos celulares con el sistema LiveU para usarlos como respaldo por si el primer sistema fallaba. Con ello se realizaban los despachos de los reporteros o conductores comisionados allí y, además, se enganchaba su participación en los programas de debates (MP). En otras cadenas, como Win Sports, se aplicó mucho el LiveU Smart para los programas de debates; es decir, se tenía a los conductores desde Qatar, otros en los estudios del canal y otros que estaban en diferentes regiones de Colombia —como Medellín, Barranquilla y Cali—. Estos últimos se conectaban al panel de debate desde sus respectivas regiones utilizando los celulares con el sistema LiveU Smart y adecuando su escenografía y sus luces caseras, tal como se muestra en la figura 2. Para las reuniones de preproducción sí se han seguido utilizando las videollamadas por Teams, y por WhatsApp para las coordinaciones. Ambas son experiencias heredadas de la época más álgida de la pandemia. Y en canales como DSports, se utilizaron también aplicaciones móviles para hacer algunas conexiones, sobre todo en los programas de panel, con la app vMix (JV).

Figura 2. Programa *Conexión*



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=7JocwvogQ4o>

Otros elementos muy utilizados fueron los materiales audiovisuales de los jugadores, que grababan con sus celulares sus momentos en la interna de su convivencia en el mundial, sucesos a los que no tienen ingreso los periodistas, pero que llegan a conocer a través de las redes sociales de estos deportistas, y que siguen siendo un insumo fundamental para producir contenidos, lo cual se ha visto incrementado en el Mundial de Fútbol de Qatar 2020. Por otro lado, hay emisiones de programas que pertenecen a las franquicias de canales como ESPN que siguen utilizando las videollamadas para los programas de debate que se transmitían a diario por motivo de este evento deportivo, tal como se aprecia en la figura 3.

Figura 3. Programa *Mundial Digital*, de ESPN



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=KD82vGGof5k>

Figura 4. Celebración en el vestuario argentino grabada con un celular, tras ganar la Copa del Mundo



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=A5-s6iRaSI>

Por último, cabe reseñar que el uso hibridó varios métodos de transmisión herederos de lo innovado durante la pandemia, como lo aplicado por Marca en el mundial. Este medio hacía conexiones desde distintas locaciones y con variados tipos de cámara, empezando por el set que habían instalado en Qatar —con cámaras *broadcast* y transmisión LiveU—, y se hacían conexiones con los redactores que estaban en otra sede lejana de esta base principal, los que se conectaban desde sus celulares a través del vMix. Además, estas conexiones se sumaban a la señal que se estaba produciendo desde el set de la sede de Madrid y la mezcla de todas estas transmisiones se hacía desde esta última locación.

La experiencia y las innovaciones pandémicas han impuesto la creación de más contenido para otras plataformas audiovisuales (MG):

Durante el mundial se han hecho cinco o seis horas de Twitch. Incluso algunos días hemos hecho 10 horas desde la mañana hasta que se iniciaba el partido. Hemos comenzado a comentar partidos en Twitch y esto viene heredado un poco del momento pandemia; cómo ahí, en el confinamiento, empezamos a acostumbrarnos a interactuar con los espectadores. Que el espectador se conectara, preguntara, y tú respondes. Y vimos que funcionaba bien y que había demanda. Empezó poco a poco, al punto de que en este mundial hemos llegado a emitir varias horas por sistema (García, comunicación personal, 12 de enero de 2023).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En coincidencia con lo que plantean Túñez et al. (2020), que la pandemia impuso la aplicación del periodismo remoto, o Karbaum (2022b), que subraya la aparición de la producción audiovisual remota, esta investigación concluye que la cancelación de eventos deportivos supuso la aplicación de innovaciones y transformaciones en la producción audiovisual del periodismo deportivo que tienen sus propias particularidades, y las diferencian del periodismo generalista. Lo mismo aplica a las

retransmisiones de dichos eventos. Según Casero-Ripollés (2020), la televisión alcanzó relevancia debido a la necesidad de la población por estar informada acerca de las consecuencias de la pandemia, pero para cumplir con esa función tuvo que adaptar sus dispositivos y procesos de producción (Blas et al., 2020), y su lenguaje audiovisual periodístico, para seguir realizando coberturas de hechos que respondían al principio de actualidad (Karbaum, 2022b). Allí radica una diferencia hallada en esta investigación, porque el principio de actualidad, en el ámbito deportivo, está circunscrito a encuentros deportivos, entrenamientos, conferencias de prensa y otros que fueron cancelados totalmente; por lo tanto, se tuvo que reestructurar la forma en que se establecieron las agendas informativas y la oferta de programas para seguir suministrando contenidos a la programación de estos medios. En el periodismo generalista no hubo suspensión de cobertura de hechos actuales, pero los contenidos sí estuvieron predominados por la pandemia y sus consecuencias.

A partir de la información codificada de las entrevistas, se concluye que existieron tres esquemas temporales de producción claramente definidos. El primero, de confinamiento total, en que las actividades deportivas se suspendieron; el segundo, en que se reiniciaron los campeonatos, pero primaron muchas restricciones para la cobertura; y, el tercero, en que se restableció la producción bajo las condiciones impuestas por la nueva normalidad. Cada uno de estos momentos impuso agendas de cobertura periodística distintas, en donde los periodistas y realizadores audiovisuales fueron creando o adaptando los procesos de producción audiovisual a la coyuntura deportiva.

En cuanto a la preproducción de programas deportivos, esta pasó de trabajar con la actualidad a manejar distintas agendas supeditadas a los esquemas mencionados en el párrafo anterior. Al inicio se planteaban temas que respondían a una agenda de la incertidumbre. Luego se tuvo que apelar a los programas de archivo o enlatados para suplir los vacíos de programación. Después, con el reinicio de las competencias, se estableció una agenda del retorno restringido, hasta que se llegó al momento actual, en el que se ha retomado la producción total en condiciones muy similares a las de la época prepandémica. Desde lo operativo, hay recursos, como las videollamadas, que demostraron ser un factible instrumento de preproducción que aún se sigue usando, incluso en eventos deportivos actuales como el Mundial de Fútbol de Qatar 2022. Tal ha sido su trascendencia que también se han usado para realizar entrevistas o para conexiones deslocalizadas de panelistas que comentaban este evento deportivo. El paso evolutivo está en que se han utilizado aplicaciones sustentadas en el teléfono móvil, pero más dedicadas a lo audiovisual, como el vMix o el LiveU Smart.

La cobertura de hechos implica un contacto directo con la realidad. Ya sea que las comisiones asignadas a los reporteros sean planificadas o imprevistas, ambas tienen como denominador común el registro de los hechos a través de soportes audiovisuales (Estremadoyro, 2004). Lo mismo aplica para los programas informativos y de entretenimiento deportivo; sin embargo, a diferencia del periodismo generalista, en el periodismo deportivo se dio algo muy particular: al cancelarse las competencias, los reporteros tuvieron que realizar coberturas online desde sus casas, implementando todo un sistema de producción en que el uso de las videollamadas para entrevistas, y el seguimiento de las redes sociales de los deportistas, se convirtieron en los recursos que les permitieron seguir produciendo, lo que se puede

denominar reporterismo remoto, y que vendría a ser una especificidad de lo que Túñez et al. (2020) llamaron periodismo remoto.

La posproducción ha sido una de las áreas que más han tenido que reinventarse, porque se tuvieron que implementar islas de edición domésticas, las cuales se adecuaban a las condiciones que cada cadena televisiva iba innovando. Esto implicó la creación de flujos de trabajo totalmente remoto, situación que también se diferencia del periodismo generalista que no aplicó el teletrabajo total en esta área (Karbaum, 2022b). Otra innovación se dio en la creatividad, que se tuvo que aplicar para generar contenidos que surgieron del proceso de hibridación de tecnologías y géneros audiovisuales, como las reactualizaciones de hechos deportivos del pasado que cobraron vigencia, siendo manifestaciones de las variaciones en la programación que se tuvieron que realizar en cada una de las cadenas que son parte de este estudio, lo cual reafirma lo planteado por Moguillansky (2021). Además, se tuvieron que innovar combinaciones tecnológicas que permitan trabajar los intranets de los canales a través de internet, por medio de lo cual los posproductores accedían a las primeras, además de a diversas aplicaciones de libre acceso que facilitasen la comunicación, gestión y triangulación de materiales audiovisuales entre reporteros, productores y posproductores.

Hasta hace pocos años los medios de comunicación producían contenidos de manera separada. Con la incorporación de la tecnología digital, poco a poco se fueron rompiendo las fronteras que los separaban y se fueron estableciendo procesos de producción que permitieron la convergencia entre medios tradicionales y emergentes (Chadwick, 2013). Lo que la pandemia provocó fue un aceleramiento forzado de la hibridación de tecnologías audiovisuales que permitieron seguir produciendo contenido. Esto ya ha sobrepasado el contexto de la pandemia y ha puesto de manifiesto su vigencia en el propio Mundial de Fútbol de Qatar 2022, lo que ha obligado a los realizadores a manejar dos líneas de producción, una de tipo *broadcasting* —que siempre realizaban—, y otra de tipo *mobile journalism*, que les exige generar contenidos, de acuerdo con las circunstancias que les plantea la cobertura de los sucesos, con dispositivos y aplicaciones de telefonía móviles. Además de ello, el teletrabajo forzoso aplicado en la época más álgida de la pandemia ya ha quedado establecido como una modalidad a la que tanto trabajadores como medios acceden negociando sus propias formas de hibridación de las jornadas laborales.

El trabajo realizado en esta investigación ha sido arduo, y no estuvo exento de algunas limitaciones, entre ellas la revisión de los videos publicados por los distintos canales, ya que no todos se encuentran en plataformas de libre acceso como YouTube. Lo segundo —y más dificultoso—, fue ir ubicando a los integrantes de la muestra; en todo caso, la información brindada por ellos es un punto de partida que se puede complementar con otras investigaciones que amplíen el conocimiento en la materia. Esta es una primera recopilación de información que puede avanzarse trabajando con otras técnicas cualitativas o cuantitativas que permitan profundizar más en el conocimiento del tema, siendo estas últimas las que permitirían generalizar los resultados obtenidos al aplicarlas. Quedan también como asuntos pendientes investigar sobre los cambios en la narrativa audiovisual de estos canales durante esta época. También sería pertinente conocer cuáles fueron las polivalencias profesionales que desarrollaron

estos periodistas y realizadores en una etapa que, sin duda, ha definido una configuración histórica en el tratamiento audiovisual de la producción y la información deportiva.

Agradecimientos: A la Dirección de Investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por el apoyo brindado para realización de este trabajo de investigación a través del incentivo UPC- A-052-2023. La participación del Dr. Daniel Barredo Ibáñez fue financiada por el proyecto con número de referencia EMC21_00240, con cargo a la Secretaría General de Investigación e Innovación, Junta de Andalucía (España), gracias al Programa Emergia.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Andreu, C. (2016). *Guía de creación audiovisual. De la idea a la pantalla*. Cooperación Española.
- Arana, E., Mimenza, L. y Narbaiza, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149-183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Bandrés, E. y García Avilés, J. (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Paidós Iberian.
- Blas, J., García, A. y Moraleta, I. (2020). COVID-19: Contenidos audiovisuales a partir del uso de herramientas domésticas. *Journal of Communication and Health*, 10(2), 25-61. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).25-61](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).25-61)
- Canales, R. (2009). *El servicio de noticias en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
- Casero-Ripollés, A. (2020). La COVID-19 en el periodismo: un impacto ambivalente. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(14), 2-26. <https://doi.org/10.24137/raic.7.14.1>
- Casero-Ripollés, A. (2021). Impacto de la COVID-19 en el sistema de medios. Consecuencias comunicativas y democráticas del consumo de noticias durante el brote. *El Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Ciller, C. y Palacio, M. (2016). *Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales*. Síntesis.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw Hill.
- Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE.
- Ellis, J. (2000). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. I. B. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755604784>
- Estremadoyro, J. (2004). *Lecciones de periodismo televisivo*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Formoso, M. (2022). Transformación de los sistemas de producción audiovisual tras la pandemia. Estudio del caso de España en el contexto europeo. *Palabra Clave*, 25(3), e2537. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.3.7>
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Síntesis.
- Gutiérrez, M. (2003). *Géneros informativos en televisión*. Universidad de Lima.
- Hasbani, V., Ramón, X. y Cortiñas, S. (2021). COVID-19: ¿Una oportunidad de cambio para el periodismo deportivo? Análisis de la cobertura deportiva de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*

- durante el estado de alarma. *Materiales para la Historia del Deporte*, 21, 17-34. http://polired.upm.es/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/4522
- Hernández, C. y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista Alerta*, 2(1). <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Ibarra, D. (2020). Análisis discursivo en sistemas híbridos de medios: una aproximación metodológica. *Logos: Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura*, 30(2), 314-330. <https://doi.org/10.15443/RL3024>
- Jaunarena, J. (2017). *Taller de producción audiovisual*. EPC.
- Karbaum, G. (2021). *La evolución de la narrativa audiovisual*. Fondo Editorial de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Karbaum, G. (2022a). Innovación tecnológica e hibridaciones en el lenguaje audiovisual de los noticieros peruanos durante la pandemia de la COVID-19. *Universitas-XXI*, 37, 79-99. <https://doi.org/10.17163/uni.n37.2022.03>
- Karbaum, G. (2022b). Transformaciones en el *framing* y la producción periodística de los noticieros televisivos peruanos durante la COVID-19. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 16(1), 1-19. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.12110>
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. *Revista Temas de Educación*, 7, 19-39. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23896w/inv_cualitat_krause.pdf
- Kumar, M. y Dwivedi, S. (2020). Impact of coronavirus imposed lockdown on Indian population and their habits. *International Journal of Science and Healthcare Research*, 5(2), 88-97. http://www.ijshr.com/IJSHR_Vol.5_Issue.2_April2020/IJSHR0013.pdf
- Linares, R. (2021). *Producción periodística televisiva y lenguaje audiovisual en el noticiero Ñuqanchik* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Martín de Porres].
- Martínez de Sousa, J. (1992). *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Paraninfo.
- Moguillansky, M. (2021). La cultura en pandemia: de las políticas culturales a las transformaciones del sector cultural. *Ciudadanías. Revista de Políticas Sociales Urbanas*, (8), 1-19.
- Molla, D. (2012). *La producción cinematográfica, las fases de la creación de un largometraje*. UOC.
- Mutis, J. (2018). *Introducción a la producción audiovisual*. UMB.
- Negra, D. (2020) *America unfiltered: Bienvenidos a pandemic television*. EA.
- Ortiz, M. (2018). *Narrativa audiovisual aplicada a la publicidad*. RUA Universidad de Alicante.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Pellegrini, S., Puente, S. y Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 249-267. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678
- Pérez, G. (2010). *Informar en la e-televisión*. Eunsa.
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea Vitoria-Gasteiz.

- del Río, O. y Velázquez, T. (2005). Planificación de la investigación en comunicación: fases del proceso. En M. R. Berganza y J. A. Ruiz San Román. *Investigar en comunicación* (pp. 43-76). McGraw Hill.
- Rodrigo, M. (2005). *La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada*. Paidós Comunicación.
- Sifuentes, M. (2018). La autorregulación en la post producción audiovisual del noticiero América Noticias, Edición Central – América televisión [Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Académico de la Universidad de San Martín de Porres. <https://bit.ly/3B8B6au>
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Sage y Editorial Universidad de Antioquia.
- Túñez, M., Vaz, M. y Fieiras, C. (2020). COVID-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Information Professional*, 0(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>
- Unesco. (2021). *Evaluación del impacto de la COVID-19 en las industrias culturales y creativas*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380185?1=null&queryId=N-a3e3a6bd-cf60-40da-b09d-c604a0430750>
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.
- Velloso, C. (2022). *Making soufflé with metal: Effects of the coronavirus pandemic on sports journalism practices*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9530697/>
- Villagrasa, J. (2011). *¡Atrápalos como puedas! La competencia televisiva: programación y géneros*. Tirant lo Blanch.
- Worthington, C. (2015). *Producción (bases del cine)*. Parramón.