



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

# Las tesis de Belgrano

**Facultad de Humanidades  
Licenciatura en Producción y Dirección de  
Radio y Televisión**

**Fútbol de primera: un fenómeno popular a 16  
cámaras**

**Nº 160**

**Felipe Sánchez Zamorano**

**Tutor: Hugo Furno**

Departamento de Investigación  
Mayo 2005



## Indice

|  |           |
|--|-----------|
| Tema de Investigación .....                                  | 5         |
| Objetivos .....  | 5         |
| Introducción .....   | 5         |
| <b>Capítulo I «Pasión de Multitudes» .....</b>               | <b>6</b>  |
| <b>I.I Origen del Fútbol como deporte .....</b>              | <b>6</b>  |
| <b>I.II El Deporte como fenómeno social .....</b>            | <b>7</b>  |
| <b>I.III El Fútbol y TV .....</b>                            | <b>9</b>  |
| <b>Capítulo II «Nace un Imperio» .....</b>                   | <b>11</b> |
| <b>II.I El Padre de la Bestia .....</b>                      | <b>11</b> |
| <b>II.II Torneos Y Competencia .....</b>                     | <b>12</b> |
| <b>II.III Fútbol y Rating .....</b>                          | <b>15</b> |
| <b>II.IV El desembarco en canal 13 .....</b>                 | <b>16</b> |
| <b>Capítulo III «Estas viendo Fútbol de Primera» .....</b>   | <b>18</b> |
| <b>III.I Producción .....</b>                                | <b>18</b> |
| <b>III.II Edición .....</b>                                  | <b>25</b> |
| <b>III.III Dirección .....</b>                               | <b>27</b> |
| <b>III.IV Departamento Creativo y Arte .....</b>             | <b>29</b> |
| <b>III.V Técnica .....</b>                                   | <b>31</b> |
| <b>III.V.I Video .....</b>                                   | <b>31</b> |
| <b>III.V.II Videograph .....</b>                             | <b>35</b> |
| <b>III.V.III Audio .....</b>                                 | <b>36</b> |
| <b>III.V.IV Tape .....</b>                                   | <b>37</b> |
| <b>III.V.V Transmisión .....</b>                             | <b>38</b> |
| <b>III.V.VI Iluminación .....</b>                            | <b>38</b> |
| <b>III.V.VII Personal Técnico Estable .....</b>              | <b>39</b> |
| <b>III.VI Periodistas .....</b>                              | <b>39</b> |
| <b>III.VII El Premio Martín Fierro .....</b>                 | <b>42</b> |
| <b>Capítulo IV « Show de Goles». Conclusiones .....</b>      | <b>43</b> |
| <b>Anexo. ....</b>   | <b>44</b> |
| El equipo completo de realización de Futbol de Primera ..... | 44        |
| La Rutina Original del programa .....                        | 45        |
| El staff completo de periodistas .....                       | 45        |
| El equipo completo de Directores .....                       | 45        |
| Cámaras .....  | 45        |
| Bibliografía .....   | 46        |



## Tema de investigación

«**Fútbol de Primera**» Es un programa de televisión semanal de aire que emite Canal 13 todos los Domingos a las 22.00 hs. En época en que se desarrollan los Campeonatos Apertura y Clausura de la A.F.A.

Analizar minuciosamente sus métodos de producción (en las áreas de pre y post) y realización integral (descripción de tecnología aplicada, manejo de recursos y personal), buscando detalladamente las explicaciones que den respuesta a este fenómeno de la televisión Argentina.

**Aclaración:** La investigación fue llevada a cabo durante el transcurso del año 2003, lo que aporta datos sobre las temporadas de fútbol Apertura 2002 y Clausura 2003 (Campeonatos de A.F.A).

## Objetivos

Mediante esta investigación el objetivo a cumplir es:

- Análisis profundo y metodológico de Realización.
- Formas de Producción integral del programa más importante de Fútbol de la televisión Argentina.
- Como un programa de televisión consiguió a través del fútbol, identificarse con la pasión popular.
- Como se estableció una sociedad perfecta entre el ciclo y la A.F.A.
- Por qué estuvo durante años al aire siempre con cambios desde lo estético, edición y enfoque, aun narrando un simple compilado de partidos de fútbol.
- Probar que mediante la exposición de la máxima expresión popular y deportiva seguida por millones de personas, la empresa que produce el programa consigue facturas millonarias.
- Prestar un servicio a todos aquellos profesionales del medio o no, interesados en este programa de televisión.
- Brindar esta Tesina como material de estudio y análisis para Profesores y Alumnos de Carreras Afines al Medio.

## Introducción

Millones y millones de personas lo siguen en todas partes del Mundo. Sufren, gozan, gritan, se prolongan en largos silencios y en interminables oraciones a cada uno de sus Dioses. No hay razón ni lógica que pueda con ellos, solo la mágica bola, casi siempre redonda, cruzando la línea de meta por cualquiera de sus rincones, liberará la energía contenida más potente de sus almas.

En un principio, el privilegio de vivir semejantes sensaciones, estaba guardado solo para unos pocos, miles tal vez, pero al fin pocos privilegiados. Algunos desde sus ubicaciones al borde de la borrosa línea de cal, otros, sobre algún tablón doblado al medio que pedía a gritos piedad, y muchos, prendidos detrás de un alambrado cargado de óxido, donde siempre la mejor jugada era tapada por alguna cabeza portentosa con gorro o sombrero.

Claro que el tiempo le da al hombre las horas necesarias para inventar hasta lo más imposible. Y llegó la Radio y después la bendita Televisión y el Videotape, entonces la ocurrencia, todas esas pasiones para todos aquellos que quisieran ver y escuchar.

El éxito es una rara mezcla de fenómenos que incluyen básicamente el esfuerzo, el trabajo, la dedicación y el profesionalismo. Pero cientos de veces esos componentes no alcanzaron, se necesita también una gran dosis de suerte. Esta historia trata de esto, una historia de éxito que necesitó y necesita de todos los componentes, una historia que brilla cada Domingo por la noche en la pantalla de miles de familias.

En 14, 20, 29, 33, 45 pulgadas, en pantalla plana, cuadrada u oval, en color o blanco y negro, por aire, cable o satelital, con una cerveza o con un buen vaso de vino tinto, o porque no con la «Coca» del nene o la «Fanta», con una picada o con una buena porción de muzzarella y faina, no importa, la excusa es igual o parecida, pero el programa es siempre el mismo: «el fútbol».

«Fútbol de Primera» es la historia sin guión de un sueño de Carlos Avila, porque no podría haber sido de ningún otro hombre, porque así lo quiso el destino y su trabajo, el de él y el de cientos de personas que a lo largo de los años, construyeron uno de los hitos de la televisión Argentina y porque no, ya Mundial.

Es ejemplo y modelo en el resto del Mundo, sus transmisiones son tomadas como muestra y sus programas son estudiados y copiados en varios países, incluso en países de mayor tecnología.

Tratar de entender y analizar dicho éxito es tarea de investigación, pero también de placer y gozo.

Y por supuesto, entender semejante fenómeno popular, es tarea que solo puede intentarse buscando en el origen mismo del fútbol.

Felipe Sánchez Zamorano

## Capítulo I. «Pasión de multitudes»

### Historia, fútbol y televisión...

«...en una corrida memorable, en la jugada de todos los tiempos, barrilete cósmico de qué planeta viniste, para dejar en el camino a tanto inglés...»

Víctor Hugo Morales (en su relato del 2º gol de Diego Maradona a los ingleses – México '86)

### I.1 Origen del fútbol como deporte

**En el fútbol, como en casi todo lo demás, los primeros fueron los chinos.** Hace cinco mil años, los malabaristas chinos bailaban la pelota con los pies, y fue en China donde tiempo después se organizaron los primeros juegos. La valla estaba al centro y los jugadores evitaban, sin usar las manos, que la pelota tocara el suelo. De dinastía en dinastía continua la costumbre, como se ve en algunos relieves de monumentos anteriores a Cristo y también en algunos grabados posteriores.

Se sabe que en tiempos antiguos los egipcios y los japoneses se divertían pateando la pelota. En el mármol de una tumba griega de cinco siglos antes de Cristo, aparece un hombre peloteando con la rodilla.

En los pies de los legionarios romanos, llegó la novedad a las islas británicas. Siglos después, en 1314, el rey Eduardo II estampó su sello en una real cedula que condenaba este juego plebeyo y alborotador. Se disputaba en montoneras, y no había límites de jugadores, ni de tiempo, ni de nada. Un pueblo entero pateaba la pelota contra otro pueblo, empujándola a patadas y a puñetazos hacia la meta, que por entonces era una lejana rueda de molino. Los partidos se extendían a lo largo de varias leguas, durante varios días, a costa de varias vidas. Los reyes prohibían estos lances sangrientos: en 1349, Eduardo III incluyó al fútbol entre los juegos «estúpidos y de ninguna utilidad», y hay edictos contra el fútbol firmados por Enrique IV en 1410 y Enrique VI en 1447. Cuanto más lo prohibían, más se jugaba.

**En México y en América Central, la pelota de caucho era el sol de una ceremonia sagrada desde unos mil quinientos años antes de Cristo; pero no se sabe desde cuando se juega al fútbol en muchos lugares de América.** Según los indios de la selva amazónica de Bolivia, tiene orígenes remotos la tradición que los lleva a correr tras una bola de goma maciza, para meterla entre dos palos sin hacer uso de las manos.

Al cabo de tantos siglos de negación oficial, las islas británicas terminaron por aceptar que había una pelota en su destino. En tiempos de la reina Victoria, el fútbol era ya unánime no solo como vicio plebeyo, sino también como virtud aristocrática.

**En su forma moderna, el fútbol proviene de un acuerdo de caballeros que doce clubes ingleses sellaron en el otoño de 1863, en una taberna de Londres.** Los clubes hicieron suyas las reglas que en 1846 había establecido la Universidad de Cambridge.

El acuerdo de Londres no limitaba el número de jugadores, ni la extensión del campo, ni la altura del arco, ni la duración de los partidos. Los partidos duraban dos o tres horas, y sus protagonistas charlaban y fumaban cuando la pelota volaba lejos.

En aquellos tiempos, nadie ocupaba un lugar determinado en la cancha: todo el mundo corría alegremente tras la pelota, cada cual iba donde quería y cambiaba de puesto a voluntad. **Fue en Escocia donde los equipos se organizaron, hacia 1870, con funciones de defensa, línea media y ataque.** Para entonces, ya los equipos tenían once jugadores. Ninguno podía tocar la pelota con las manos, desde 1869, ni siquiera para detenerla y colocarla en los pies. **Pero en 1871 nació el arquero**, única excepción de ese tabú, que podía defender la meta con todo el cuerpo. El arquero protegía un reducto cuadrado: la meta, más corta que la actual y mucho más alta, consistía de dos palos unidos por una cinta a cinco metros y medio de altura. La cinta fue sustituida por un travesaño de madera en 1875.

**En 1872, apareció el árbitro.** Hasta entonces, los jugadores eran sus propios jueces, y ellos mismos sancionaban las faltas que cometían. En 1880, el árbitro decidía cuando terminaba el partido y tenía el poder de expulsar a quien se portara mal, pero todavía dirigía desde afuera y a los gritos. En 1891, el árbitro entro por primera vez en la cancha.

En 1882, los dirigentes ingleses autorizaron el saque de costado con las manos. En 1890, las áreas de la cancha fueron dibujadas con cal, y se trazo un círculo al centro. En ese año el arco tuvo red. Atrapando la pelota, la red evitaba dudas en los goles.

**En 1904 nació la FIFA, Federación Internacional de Fútbol Asociado**, que desde entonces gobierna las relaciones entre la pelota y el pie en el mundo entero.

En los primeros tiempos, el fútbol parecía un juego de locos en el río de la Plata. Había llegado en los pies de los marineros que lo jugaban en los alrededores de los diques de Buenos Aires y Montevideo. **Fueron ciudadanos ingleses, diplomáticos y funcionarios del ferrocarril y del gas, quienes formaron los primeros equipos locales.**

El contagio no se hizo esperar. Los caballeros de la sociedad local se pusieron a practicar aquella locura inglesa. Desde Londres importaron las camisetas, los botines, las gruesas canilleras y los pantalones. Las pelotas de fútbol ya no llamaban la atención de los aduaneros, que al principio no sabían como clasificar tales especies.

La **Argentine Football Association** no permitía que se hablara en español en las reuniones de sus dirigentes, y la **Uruguay Association Football League** prohibía que los partidos se jugaran en día domingo, porque la costumbre inglesa mandaba jugar el sábado. Pero ya en los primeros años del siglo, el fútbol estaba empezando a popularizarse, y a nacionalizarse, en las orillas del río de la Plata. Esta diversión importada, que entretenía los ocios de los niños bien, se había escapado de su alta maceta, había bajado a la tierra y estaba echando raíces.

Fue un proceso imparable. **Como el tango, el fútbol creció desde los suburbios.** Era un deporte que no exigía dinero y se podía jugar sin nada más que las puras ganas. En los potreros, en los callejones y en las playas, los muchachos criollos y los jóvenes inmigrantes improvisaban partidos con pelotas hechas de medias viejas, rellenas de trapo o papel, y un par de piedras para simular el arco. Lindo viaje había hecho el fútbol: había sido organizado en los colegios y universidades inglesas, y en América del Sur alegraba la vida de gente que nunca había pisado una escuela.

### I.II El fútbol como fenómeno social

Para humillación de los populistas, el fútbol, ese supuesto deporte del «pueblo», lejos de surgir en el seno de las masas populares, es un típico producto de la alta burguesía más conservadora y ultra refinada del mundo, la inglesa. **El fútbol moderno nace, en efecto, en el siglo XIX en los aristocráticos public schools y universidades de Inglaterra**, impuesto por los alumnos quienes se inspiraron en un olvidado juego de los señores feudales de los siglos X y XI.

El origen del fútbol argentino es el mismo que el del inglés: del lujoso colegio English High School donde se educan los hijos de los altos funcionarios ferroviarios ingleses, surge el legendario equipo Alumni.

Por otro lado, el fútbol se impuso en los ambientes lumpen en la ribera de Buenos Aires, Rosario y Montevideo, donde hijos de los inmigrantes que habían quedado marginados de la ciudad, lo aprendieron de los marineros ingleses que llegaban a esas orillas desde 1860.

Es significativo que el surgimiento del fútbol como juego de masas populares se da siempre en determinadas ciudades y en determinados momentos de su evolución social y económica. Si hacemos un mapa de expansión del fútbol entre fines del siglo pasado y comienzos de este, vemos que ocurre en la etapa de industrialización, en las regiones carboníferas de Inglaterra, en Escocia e Irlanda, en las pequeñas ciudades siderúrgicas en Alemania, en algunas ciudades italianas, en Budapest, Madrid, Barcelona, Lisboa, Viena, Buenos Aires, Montevideo, San Pablo. En todas estas ciudades, **la expansión del fútbol es simultánea al proceso de desarrollo de una economía industrial moderna que destruye parcialmente las formas de vida tradicional de comunidades aldeanas o campesinas.** El jugador de fútbol de los primeros tiempos era el habitante de zonas ambiguas donde la ciudad se mezclaba con el campo, donde había extensas zonas de pastizales que permitían la improvisación de canchas.

El fútbol era en cierto modo, una forma apolítica e irracional de reaccionar contra la estandarización, contra la socialización forzada provocada por el desarrollo de la economía industrial capitalista.

Cuando el fútbol se vuelve profesional, unos pocos muchachos surgidos también de los baldíos y de los ambientes lumpen, se convierten en jugadores profesionales, el resto emprende el camino de la fábrica, y se transformo a la vez en obrero y en público pasivo del fútbol espectáculo.

**A medida que el fútbol se convierte en juego de lumpen primero y luego en espectáculo para las masas populares, la clase burguesa que lo impuso se aleja de él.** Alrededor de 1930, los clubes de clase alta que jugaban al fútbol en la primera época dejan de hacerlo, tal Estudiantes Porteños de Ramos Mejía, Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires, Sportivo Argentino de Lanús, Club Atlético Comercio de Núñez. **Los nuevos clubes de fútbol plebeyo surgen en cambio en las zonas pobres de Avellaneda, Racing e Independiente, o en la ribera de Buenos Aires, River y Boca.** La revista deportiva El Gráfico expresa en 1930 la nostalgia de las clases altas por un fútbol que se les escapo de las manos: «Los hinchas de antes se vieron desalojados de las canchas. La mersa los expulsaba, y la galera y los guantes patito, junto a las chicas de sombrero, buscaron el rugby, el críquet». El estadio de fútbol dejaba de ser el círculo exclusivo, cerrado, donde todos se conocían; año a año sus tribunas se volvían más anónimas e impersonales, se llenaban de caras extrañas. Acorraladas por las masas populares que invadían el fútbol, las clases burguesas buscaban nuevos deportes que por sus elevados costos otorgan el aislamiento y la intimidad necesarios para seguir estando entre nosotros.

**No es casual que en la Argentina, los primeros clubes de fútbol populares hayan tenido su sede en barrios obreros, Avellaneda, Boca, Parque Patricios, Boedo, Lanús.** El joven obrero inmigrante o

hijo de inmigrante, se identifica con el barrio, que constituye algo así como un rincón de la aldea enquistado en medio de la ciudad anónima y hostil, sobre todo en el barrio todavía amurallado infranqueable de los años 10 y 20 —cuando nacía en fútbol— cuando aun la extensión de los medios de comunicación no había borrado sus límites.

**Generalmente los habitantes de un barrio donde se levanta un estadio de un club, adhieren al mismo.** No ser de Boca Juniors para un vecino del barrio de la Boca, exige un alto grado de disconformidad y de tolerancia a la marginalidad, que no son frecuentes. Por eso también las mayores rivalidades, la identificación negativa mas violenta se da cuando los clubes coexisten en el mismo barrio, es como un conflicto interno dentro de la propia identidad. **La clásica competencia entre Boca y River surge de que, en un comienzo, ambos clubes residían en el barrio de la Boca,** y en realidad constituyeron productos de la división de un mismo club. **También existe una marcada identificación negativa entre los hinchas de Independiente y Racing, ambos de Avellaneda; y entre los de San Lorenzo y Huracán, ubicados en los barrios cercanos de Boedo y Parque Patricios, entre Chacarita Juniors y Atlanta, ambos también en barrios próximos de Chacarita y Villa Crespo.** Otras veces la identificación negativa se da dentro de una misma ciudad, **Rosario Central y Newell's en Rosario, Gimnasia y Estudiantes en La Plata, o en ciudades vecinas, Lanus y Banfield.**

La eliminación del placer de jugar en el fútbol-espectáculo no corresponde tan solo al espectador, sino también al propio jugador profesional. Al convertirse en profesión el fútbol pierde la característica esencial del juego que es proporcionar placer, para adquirir las connotaciones del trabajo alienado, que provoca neurosis. **«El fútbol ha matado su alegría» —dice Dante Panzeri—** para dar paso a la afirmación de su 'seriedad' e importancia comercial. No puede sonreír quien esta angustiado; no puede hacer sonreír a otros quien no esta en animo de sonreír, puesto que lo absorbe la angustia de lo serio que esta jugando, valga la contradicción tan propia del fútbol en su actualizada manera de jugarse».

El jugador que expone su porvenir en cada partido no puede extraer del juego ningún placer, sino tan solo angustia y ansiedad.

Los nostálgicos del deporte amateur, incontaminado de intereses económicos, y aun contrapuestos a los mismos, olvidan u ocultan que el deporte de masas moderno, ya desde sus comienzos amateuristas, estuvo indisolublemente ligado al mundo del comercio y la industria. Los primeros Juegos Olímpicos (Atenas 1896, Paris 1900, San Luis 1904, Londres 1908) se realizaron en ocasión de ferias y exposiciones internacionales donde se exhibían las mercancías de las más poderosas empresas capitalistas del mundo. El deporte no era más que una imagen de propaganda para el mercado mundial. Con el tiempo el deporte profesionalizado dejara de ser un simple medio de propaganda de otros negocios para convertirse el mismo en un negocio.

**El fútbol profesional produce a su alrededor toda una organización industrial y comercial en la que el numero de los que no juegan al fútbol y viven de el es desproporcionadamente mayor que el de los que juega.** Se extiende de ese modo una vasta red de intereses en común que para mantenerse deben apoyarse mutuamente y fomentar todos juntos la atracción del público consumidor. **Forman parte de esta vasta red: empresarios del club, dueños de revistas y diarios, cronistas especializados, fotógrafos, empresarios de radios y canales de televisión, productores de programas, agencias de publicidad, etc.**

Como son los negocios, y no el espectáculo mismo, los que mueven el mundo del fútbol, y aquellos solo pueden ser realizados por los clubes grandes, se produce un inevitable proceso de monopolización. **El negocio gira alrededor de los clubes grandes —River, Boca, Racing—. El triunfo de los clubes pequeños —Velez, Chacarita, Estudiantes, Rosario Central— molesta a los medios de comunicación masivos encargados de promocionar al fútbol, porque son equipos que «no venden».**

En una sociedad que tiende a la organización y a la planificación total, la difusión de la ideología del fútbol tiende a ser monopolizada y centralizada principalmente por los medios de comunicación masiva. La familia como fábrica de ideologías ha quedado reducida al nivel de rudimentario artesano, y sustituida por la gran industria cultural de los medios de comunicación masiva. El niño sabe desde sus primeros años que no es del padre de quien debe aprender la manera de comportarse sino de los mensajes impartidos en todo momento por la radio, la televisión, el cine y las revistas ilustradas.

El magnate periodístico Hearst, visto a través de Orson Wells en El ciudadano decía: «Al publico le tenemos que enseñar nosotros lo que le debe gustar».

Hasta 1930, es decir antes de la profesionalización, el fútbol era en la Argentina una distracción de grupos populares pero muy minoritarios, como cualquier otro deporte, no más que las bochas o el tenis, por ejemplo, al que la mayoría de la población permanecía ajena. No había, una exigencia popular, un imperativo de las masas, para que el fútbol sea profesionalizado. La profesionalización fue impuesta por los reclamos de algunos jugadores que exigieron aumentos de sueldo y sobre todo por un grupo de capitalistas, que

vieron las posibilidades de hacer grandes negocios, y prestaron fuertes sumas de dinero a los clubes cuya modesta condición no les hubiera permitido salir nunca del amateurismo. Una vez que los primeros capitales se ponen en circulación, otros capitales de variadas empresas salen a su vez en su apoyo.

**La ligazón entre los medios de comunicación y el fútbol se hace aun más estrecha a partir de la profesionalización**, cuando se trata de hacer propaganda para que la mercancía se venda más. No es un azar que la propagación masiva del fútbol y el surgimiento de la radio comercial acaecen en la Argentina en el mismo año 1931. **Entre los años de 1936 a 1946, precisamente los años de mayor auge del fútbol argentino, se dobló el número mundial de aparatos receptores, pasando de 55 millones a cerca de 120 millones.**

En los años treinta, la transmisión de fútbol contribuyó en parte a aumentar el número de oyentes, y la radio incidió en forma decisiva a imponer el fútbol en la mayoría de la población inclusive los ancianos y mujeres que nunca conocerían un estadio. La radio se convertirá mucho más que la prensa y antes del surgimiento de la televisión, en el principal medio de creación de mitos colectivos, de tribalización de las masas.

En los estudios de Ernst Kriss sobre la propaganda nazi en la radio alemana, se muestra como a través de las radioemisiones de los mítines de masas, al radioescucha «*se le hace que comparta las emociones de los muchos que reaccionan a la fascinación de la situación de masas*». Se logra de ese modo que una serie de individuos físicamente aislados puedan participar del contagio colectivo que le mitin de masas provoca en todos sus participantes. Lo que Kriss comprueba respecto de los mítines nazis, puede aplicarse del mismo modo a los partidos de fútbol de los años treinta. El objetivo en la transmisión del mitin y del partido de fútbol es el mismo, salvando las distancias, provocar un sentimiento de emoción colectiva.

Aunque en menor medida que la radio, el cine también contribuye a la difusión del fútbol. **En los años de surgimiento, tres filmes argentinos toman el tema del fútbol: Los tres berretines (1933), Goal (1936) y El cañonero de Giles (1937), el primero y el último de estos filmes estaban protagonizados por Luis Sandrini.**

Con el auge de la radio surge un nuevo tipo específico que es el cronista deportivo.

El showman de radio y luego de televisión, es un nuevo tipo de líder informal en la etapa de manejo y manipulación de masas, cuando los medios de comunicación comienzan a sustituir al hogar, la escuela y la iglesia, como instituciones demasiado anticuadas para la educación de la infancia y de la adolescencia, y su adecuación a la sociedad establecida.

El showman es una de los sustitutos del padre, el sacerdote y el maestro con el que debe identificarse el adolescente de la sociedad de masas.

El showman por excelencia de la primera época del fútbol –años treinta y cuarenta– es el uruguayo radicado en la Argentina **Lalo Pellicciari**. Con un tono de voz y una expresión netamente arrabalera, Pellicciari rechaza toda racionalidad, para dirigirse a los sentimientos de los oyentes considerados como una masa sugestionable a la que hay que impresionar más que convencer. Su gran recurso es el gol cantado – un grito que se prolonga largos segundos como un do de pecho de un cantante de ópera– con el que se hace participar al oyente de la conmoción de la tribuna. Además mantiene diálogos que son en realidad monólogos ya que nadie contesta, con los jugadores, su famoso «*Vamos, muchachos, vamos*». Por sobre todo Pellicciari es el primero en el periodismo radial en incursionar en el estilo histriónico que dacha tantos éxitos a muchos showman posteriores.

**La distancia entre el espectador y el juego es acentuada por el aumento del precio de las localidades y por la transmisión de los partidos por televisión.** Cada año es menor el número de asistentes a los estadios.

### I.III Fútbol y televisión

**El 17 de Octubre de 1951** a través de una antena instalada en las terrazas del Ministerio de Obras Públicas, entonces ubicado en la intersección de las porteñas calles Bernardo de Irigoyen y Moreno, **se realizó la primera transmisión televisiva del país.**

Cámaras colocadas en el Banco de la Nación Argentina, frente a la Casa de Gobierno, emitieron en directo para unos pocos televisores los discursos del General Perón, sus ministros, y especialmente las emocionadas palabras de Evita con motivo de celebrarse un aniversario más del día de la Lealtad en la Plaza de Mayo.

**El pionero que hizo posible el comienzo de aquella epopeya fue el empresario radiofónico Jaime Yankelevich**, llamado cariñosamente «Don Jaime», verdadero espíritu visionario que luego de convertirse en exitoso propietario de LR3 Radio Belgrano impulsaría decididamente en 1951 la adquisición de los equipos necesarios para instalar el primer canal de televisión local. **La emisora decana fue inaugurada el 4 de noviembre de 1951, y la Argentina se convirtió en el segundo país americano en tener**

**un servicio de televisión profesional. El primero fue Estados Unidos, y el tercero, inmediatamente después que nosotros, Canadá.**

A la nueva empresa se le asignó el número de frecuencia siete.

Los estudios fueron instalados en Ayacucho y Posadas, a los que se agregó otro ubicado en el cercano «Palais de Glace». Con el trabajo creativo de esforzados técnicos y artistas, estos edificios sirvieron durante años para que se escribieran allí las primeras páginas de nuestra querida televisión.

Con el eslogan «*Siempre presente en las manifestaciones del deporte argentino*», Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) auspició **el domingo 18 de noviembre la televisión directa de un partido por el campeonato: San Lorenzo, como local en el Gasómetro de la avenida La Plata, contra River.** «*Con una temperatura de bochorno cayendo del cielo y la novedad de la televisión enfocando el cuadro verde y vivo del campo, empezó la lucha, enredada y dura*», dice en su crónica publicada por Clarín el periodista Diego Lucero. Es la única mención en toda la nota a la presencia de las cámaras en ese partido, que terminó empatado a un gol. A los diez minutos del primer tiempo, le correspondió al número 8 de San Lorenzo, de apellido Maravilla, concretar el primer gol de la era televisiva, voceado por Ernesto Veltri y comentado por Enzo Ardigo y Raúl Goro. Fue uno de esos goles raros, porque, tras el cabezazo peinado hacia atrás del delantero local que superó a Carrizo, el defensor de River, Ferrari, aparentemente rechazó la pelota en la línea, pero, a instancias del linesman, el árbitro consideró que había entrado y dio el gol como válido.

Hubiera sido ideal verlo una, tres, cinco veces, de adelante, de atrás, de costado, pero en aquellos primeros tiempos era imposible.

La cámara que seguía las acciones sobre el arco de River —dirigida por Samuel Yankelevich y coordinada por Max Koelble— le correspondía esa tarde a Eduardo Velasco, pero cuando este quiso subir hasta lo alto de la tribuna en donde estaba ubicada, la multitud se lo impidió. Su lugar lo ocupó el asistente Nicolás del Boca, que hoy, a la distancia, supone que no tomó adecuadamente la escena. En el segundo tiempo, Vernazza, de penal, empató el partido para River. El domingo anterior, 11 de noviembre, por las elecciones presidenciales que convalidaron la reelección del presidente Perón (su fórmula, con Juan Hortensio Quijano, superó a la de los radicales Ricardo Balbín y Arturo Frondizi), no había habido fútbol. En esa jornada histórica las mujeres argentinas, incluida Eva Perón, convaleciente de una seria operación en el Hospital de Lanús, ejercieron el derecho del voto por primera vez. Pero el sábado 24 volvió el fútbol por televisión: se vio a Racing contra Lanús, cuando los de Avellaneda y la sorpresa del año, Banfield, peleaban casi sin ventajas la punta del campeonato. La final entre ambos, jugada el 8 de diciembre, consagra a Racing campeón por tercera vez consecutiva, y ese partido, jugado en San Lorenzo, también salió por la pantalla. En la cancha de San Lorenzo hubo entre setenta y ochenta mil personas. Un diez por ciento de esa cantidad lo siguió a través de 1.300 aparatos en funcionamiento, y la gente pudo ver el bello gol de Mario Boye en el primer minuto del segundo tiempo. **Las transmisiones directas desde la cancha permitieron vislumbrar la importancia que podría tener el nuevo medio y operaron como anzuelo para que muchos consumidores decidieran inmediatamente la compra de televisores.** Los más publicitados a fines de noviembre eran los Admiral, los General Electric, los Philips (Totalmente importados de Holanda) y los ya populares Dumont y Capheart. La casa El Gran Oeste anunciaba en conjunto una oferta de casa prefabricada con televisor. ¿Qué más se podía pedir?

**Por primera vez desde que existe la televisión, una final del máximo torneo futbolístico —en este caso, entre la selección local, Inglaterra, finalmente consagrada campeona, y la de Alemania— se televisó en colores (Mundial '66).** Rojos de ira y verdes por la vergüenza, los televidentes argentinos no solo vieron la descolorida eliminación de su propia selección con horas de retraso, sino que todavía faltaban quince años para la instalación de los sistemas de color en el país. Los derechos adquiridos a la FIFA pertenecían al locutor **Antonio Carrizo**, que los había negociado con el nuevo Canal 2. Aunque a la hora de su salida al aire ya se conocía el resultado, la audiencia del partido en que Inglaterra le ganó a Argentina fue cuantiosa, porque la gente quería ver con sus propios ojos como el capitán Rattin, luego de ser expulsado por un árbitro alemán, se enfrentó con palabras y gestos a la mismísima Reina de Inglaterra, presente en el estadio.

**El satélite sigue dando sus frutos y permite la llegada en directo, por primera vez, de un Mundial de Fútbol: México 70.** Para el resto del planeta es la primera copa televisada en colores. El 13 transmite el acontecimiento deportivo y para el caso acredita a dos periodistas: **Héctor Drazer y Ricardo Arias**, que llegan de la mano de **Coco Acosta**, el director designado para la producción por **Hugo Moser**, quien está a cargo de la dirección de deportes del canal. En el estudio, Fernando Bravo y Ricardo Podesta hacen entrevistas y mantienen el contacto con el satélite para dar paso a la transmisión en México. A Arias le toca relatar toda la campaña del Brasil, que con Pele como estrella absoluta se quedara con la Copa Mundial ese año. Drazer, cuyos relatos están presentes en la inauguración y en la final, tiene el gusto de

traer a la audiencia local la emoción de un partido entre Italia y Alemania que se define en alargue, con el resultado respectivo de 4 y 3 goles.

**Pero la verdadera revolución televisiva llegaría de la mano del Mundial de Fútbol de 1978** realizado en la Argentina. En plena Dictadura Militar, el Gobierno defacto encabezado por el General Jorge Rafael Videla encomienda la formación del **Ente Autárquico Mundial 78 y el equipamiento totalmente renovado y de última tecnología para Canal 7 (a partir de ese momento ATC, Argentina Televisora Color)**. Se compran millonarios equipos para transmisión en colores y la Argentina adopta el sistema Aleman PAL N de 25 cuadros de resolución, dejando de lado el NTSC norteamericano.

El éxito fue total, las transmisiones fueron seguidas en color hacia el extranjero y todavía en blanco y negro para todo el país. De todas formas el color iba a ponerlo las cifras de Rating jamás igualadas.

Los periodistas elegidos para el acontecimiento fueron: Julio Ricardo, Enrique Macaya Marquez, Néstor Ibarra, Héctor Drazer y Marcelo Araujo entre otros, nombres todos que marcarían a fuego la historia de Fútbol de Primera.

El notable éxito del Mundial de fútbol, finalmente ganado por la Selección Argentina, abriría definitivamente las puertas de un nuevo negocio, cada vez mas millonario y popular.

**Fútbol de Primera**, el programa que reunirá a **Enrique Macaya Márquez y Marcelo Araujo** y que abre una nueva era en materia de transmisión de partidos de fútbol (con el tiempo incorporara clips sociológicos de la hinchada al entrar a la cancha, condensados de los partidos, el «telebeam» y otras rarezas tecnológicas para precisar jugadas poco claras, el estilo «crazy» de relatar de Araujo y los debates en estudio con los futbolistas del momento) **nace en noviembre de 1985**. De rating creciente, como siempre le sucede a ATC, a Canal 9 solo le tomara dos años llevárselo, hasta que finalmente, en marzo del '91, recalara en el 13, ya que Telefe se inclino por mantener Ritmo de la Noche (programa musical y de entretenimientos, conducido por **Marcelo Tinelli**). **«Cuando se traslado al 9 –rememora Macaya en 1995 a pedido del semanario cultural La Maga-, Mauro Viale (su compañero habitual en la primera etapa) prefirió quedarse en el 7. Para reemplazarlo ingreso a Torneos Marcelo Araujo.»**

## Capítulo II. «Nace un imperio»

### Una idea de Carlos Ávila...

De cómo un pequeño hombre, de tez morena y origen humilde, entendió antes que otros, (mas preparados tal vez, mas cultos tal vez y con mas medios tal vez), que aquella incomparable pasión de multitudes en vivo querían casi sin saberlo, que les cuenten la misma historia una y otra vez, repasarla de adelante hacia atrás y de atrás nuevamente hacia delante, con cada detalle descubierto en cada gesto y en cada acción, trata esta historia.

### II.1 El padre de la bestia

*«Ávila era un empresario de la publicidad, de los afiches por la calle. Un día apareció en el canal y fue alentado por nosotros para que compre los derechos del fútbol. Hizo un trato con Grondona por mil años. Después aguantó los primeros años que no lo hizo tan bien, hasta que lo llamaron de Canal 9. Ávila le debe la vida al fútbol, es un gran empresario».* Mauro Viale. (Periodista - ex relator de «Fútbol de Primera»).

El paraguayo Carlos Ávila da el puntapié inicial en 1982 a Torneos y Competencias solo para hacer un programa de golf. El crecimiento fuerte comienza precisamente en 1985, con la firma del contrato de exclusividad con la AFA para transmitir y comercializar los partidos de Primera División. Mediante ese acuerdo, TyC se queda con el sesenta por ciento de los ciento cincuenta millones de pesos anuales que produce la televisión del fútbol.

«Primero –detalla Ávila en 1999- firmamos con la AFA un contrato por tres meses, luego por uno, tres y cinco años. Después en el '91, ya lo hicimos por más tiempo, porque las mayores exigencias técnicas requerían inversiones a largo plazo. Somos simplemente una comercialización de la AFA y, como tal, 'socios' de Julio Grondona como lo podríamos ser de cualquier otro que ocupara su cargo.»

Con la incorporación de Luis Nogal para gerenciar TyC en 1992, Ávila también se las ingenia para sacar buena tajada de los capitales extranjeros que llegan a la Argentina: primero vende, en 1995, el treinta y cinco por ciento de su empresa a la operadora de cable americana TCI y luego, en 1997, un veinte por ciento mas al CEI y otro veinte por ciento a Telefónica.

Valuada en cuatrocientos millones de pesos, la empresa que hoy ocupa a doscientas cincuenta personas y es, según Ávila, «el único multimedios deportivo de la Argentina», ya representa el ochenta por ciento

del mercado deportivo y un sesenta y cinco por ciento del mercado estrictamente futbolístico.

TyC se asocia en 1991 con el Grupo Clarín para constituir TSC (Televisión Satelital Codificada), Trisa (comercializa las transmisiones) y Adtime (publicidad), el cable TyC Sports, TyC Uruguay y Entrada Plus. Y con el CEI y TCI accederá a negocios en el Grupo América, obtendrá la radio La Red, se convertirá, en 1992, en socio de Editorial Atlántida y dirigirá brevemente Canal 9 en 1998. **«Irnos fue una decisión inteligente –confiesa ahora- el negocio no funcionaba y, por acuerdos preexistentes, no podía manejarlo como quería.»**

Del cuarenta por ciento del paquete accionario que tenía con la australiana Prime redujo su participación al dos por ciento e intercambio su paquete con Atco (Atlántida Comunicaciones), que a cambio le cedió la revista El Grafico y el fútbol de verano.

Entre los programas producidos por TyC, en distintas épocas, se encuentran El Deporte y el Hombre, Tenis de Primera, La Magia de la NBA, El equipo de primera, Trucholandia, El deportivo, Tribuna caliente, Cada día te quiero mas y Locos por el fútbol.

Obviamente, nada hubiese sido posible sin la fuerza de Fútbol de Primera, que, a casi quince años de su lanzamiento, en 1999 cubre el partido principal con dieciocho cámaras y un equipo de sesenta personas, mas diez cámaras y cuarenta empleados destacados en otros partidos.

Un chiste que se cuenta de Carlos Ávila lo pinta como un hombre para el cual no hay obstáculos: *si Ávila esta adentro de una habitación sin puerta y con una tiza en la mano, ¿Qué hace? Respuesta: la dibuja y se va.*

## II.II Torneos y competencias

**Torneos y Competencias S.A.** es una empresa dedicada a la difusión y a la promoción del crecimiento del deporte a través de la producción y emisión de programas de radio y televisión, de la adquisición y comercialización de derechos de transmisión, de la organización de eventos y espectáculos deportivos, y de la oferta de productos relacionados con estas actividades. **Torneos y Competencias (Fig. 01), inicio sus actividades en los medios de comunicación en 1982**, con un programa sobre golf.

Desde entonces ha producido y puesto en el aire exitosos programas como «El deporte y el hombre», «Tenis de Primera», «Fútbol de Primera» y «La Magia de la NBA».

**Fútbol de Primera, ininterrumpidamente en el aire desde 1985**, cambio la historia de la cobertura del fútbol por televisión en la Argentina, **tiene promedios de audiencia semanal que superan los 20 puntos de rating y es uno de los programas mas premiados y populares del país.**

El avance de las comunicaciones, la revolución de la televisión satelital y el aumento de la frecuencia de los espectáculos deportivos se convirtieron en una posibilidad estratégica para Torneos y Competencias, que supo capitalizar el incremento de la demanda de los servicios de organización de eventos y de transmisiones deportivas.

La innovación tecnológica y la creatividad puesta al servicio de una amplia gama de espectáculos deportivos, son la clave del crecimiento de Torneos y Competencias, así como la respuesta que el público y la crítica le han dado a su trabajo. **En la actualidad el nombre Torneos y Competencias se ha convertido en un sinónimo de difusión y promoción del deporte en la Argentina.**

Torneos y Competencias garantiza las mejores coberturas y transmisiones deportivas desde el punto de vista artístico y tecnológico. Para esto cuenta con los más renombrados periodistas y conductores deportivos del país. **Es líder en audiencia y en comercialización.**

Equipos de última generación suman capacidad tecnológica a la originalidad en la definición de sus productos.

En los últimos años, Torneos y Competencias amplió su campo de acción a otras áreas de la producción de espectáculos por televisión y se ha convertido en una productora integral de programas, incursionando incluso en el periodismo grafico.

Desde 1998, la empresa centralizó el funcionamiento de todas sus áreas de trabajo en un edificio de moderna concepción arquitectónica con los últimos avances de la automatización.

Torneos y Competencias es la empresa vinculada al deporte más importante y con mayor trayectoria en la Argentina. Es sin duda, la empresa mas indicada para difundir y promover las actividades deportivas.



Fig. 01

**En 1991, Torneos y Competencias (Fig. 02), se asoció con el Grupo Clarín, una de las empresas de comunicación más importantes de la Argentina, con el objetivo de alcanzar todos los ámbitos de la difusión y promoción del deporte. Juntos constituyeron TSC (Televisión Satelital Codificada), TRISA (TeleRed Imagen), ADTIME, Torneos y Competencias Uruguay y el primer canal de cable de deportes del país, TyC Sports.**

Los accionistas de TyC son: Liberty Programing Argentina 40%, ACH Acquisitions 20%, Admira (Telefónica Media) 20%, Ávila-Nofal-Liberty 20%.

**El fútbol se ha consolidado como el deporte más popular de la Argentina.** Siendo un negocio que crece y se diversifica, ha dejado de ser un asunto solo de hombres y despierta el interés de todos los miembros de la familia.

En los distintos medios de comunicación ha ido ganando un espacio también creciente. Los diarios que se editan en el país dedican gran parte de su contenido al fútbol. **Hay emisoras y programas radiales dirigidos exclusivamente a los seguidores de este deporte y los partidos de fútbol televisados registran los mayores índices de audiencia.**

En este contexto crecen en forma permanente el número y volumen de negocios vinculados con la actividad futbolística. Se ha registrado un importante incremento de la venta de la indumentaria oficial de los equipos y de otros artículos que identifican a los seguidores de los distintos clubes.

En la actualidad, el mercado de productos para el fútbol mueve millones de dólares por año y representa el 80% del total del mercado deportivo.

Torneos y Competencias ha hecho de su vinculación, trayectoria y experiencia en la cobertura y acompañamiento de las actividades futbolísticas, su principal ventaja competitiva.

La producción para todos los canales de aire, tanto en el Mundial de Francia 1998 como en el de Corea-Japón 2002, fue realizada por Torneos y Competencias.

El fútbol es el deporte más popular en la Argentina, y Torneos y Competencias es líder en el fútbol.

Torneos y Competencias tiene la exclusividad de explotación de las actividades, las transmisiones y la organización de algunos eventos de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), órgano representante del fútbol oficial de la Argentina.

A ese efecto, **la AFA y TyC firmaron en 1992 un acuerdo asociativo por el cual se le confirió a Torneos y Competencias, de manera exclusiva, la explotación de los derechos universales de transmisión de los partidos de fútbol organizados por la AFA.**

Este acuerdo ha vigorizado al fútbol argentino, que encontró en la transmisión televisiva una fuente de financiamiento genuino y de nuevos públicos para la actividad. Los recursos provenientes de los derechos de la transmisión televisiva representan un flujo de ingresos importante y garantizado, tanto para la AFA como para los distintos equipos de Primera División. La superación de los rendimientos y de los aportes mínimos consignados en el acuerdo confirió a Torneos y Competencias la exclusividad en la explotación de dichos derechos hasta el 2014.

**A través de TSC (Televisión Satelital Codificada), Torneos y Competencias explota en la actualidad los derechos de transmisión de todos los partidos de fútbol oficiales.** Los contratos firmados con la AFA representan para Torneos y Competencias un capital sumamente valioso y una sólida ventaja competitiva, que sumada al profesionalismo y a la innovación puesta el servicio de la producción de programas, le otorgan el liderazgo indiscutido en la actividad.

**Torneos y Competencias (Fig. 03),** fue también responsable de la organización y producción televisiva de todos los encuentros futbolísticos internacionales que la Selección Argentina disputó como local con motivo de las eliminatorias de los Mundiales 1998 y 2002. Además, tiene los derechos de transmisión de los partidos que se realicen durante las giras de entrenamiento de la Selección, como así también los derechos para las eliminatorias del Mundial 2006.

TyC organiza y comercializa los Torneos de Fútbol de Verano que se disputan en diferentes ciudades del interior del país. Este torneo lo disputan los principales equipos del país: Boca Juniors, River Plate, Independiente, Racing Club y San Lorenzo. La participación de los equipos con mayor convocatoria y su coincidencia



Fig. 02



Fig. 03

con el periodo de receso del fútbol oficial confieren a los Torneos de Verano una importante audiencia televisiva, y a Torneos y Competencias el liderazgo en el fútbol estival.

A partir de 1998, la Confederación Sudamericana de Fútbol lanzó el Torneo Copa MERCOSUR, que se transformo en el certamen latinoamericano de fútbol que mayores premios otorga a los equipos participantes. Dada la trayectoria de Torneos y Competencias en Argentina y Uruguay, y la de su empresa colega Traffic en Brasil, surgió naturalmente una asociación entre ambas en T&T Sports Marketing, emprendimiento al que la CSF encargo la organización y producción de la Copa MERCOSUR y la Copa Sudamericana 2002.

Torneos y Competencias acuerda constantemente los derechos de transmisión de campeonatos y partidos de básquet, tenis, boxeo, voley, handball, hockey sobre césped, hockey sobre patines, náutica, golf, deportes de invierno, Beach voley, equitación y otros deportes.

Asociada con el Grupo Clarín tiene los derechos de transmisión de la Liga Argentina de Básquet, de la Federación Argentina de Box, y de cuatro categorías del automovilismo: Turismo Carretera, TC 2000, Top Race, Turismo Nacional, Handball y Voley.

Asociada a IMG coproduce el Campeonato Abierto de la Republica Argentina de golf.

Televisión Satelital Codificada (TSC) es la egresa que explota los derechos de transmisión televisiva de todos los partidos del torneo oficial del fútbol argentino. Se transmiten en directo para todo el país por televisión codificada los partidos del viernes, sábado y dos del domingo.

TyC Sports es la primera señal de cable de deportes en la Argentina, segmento en el cual es líder indiscutido, transmitiendo las 24 horas del día. Emite programas de producción propia y transmite eventos en vivo, nacionales e internacionales, de variados deportes: fútbol, básquet, voley, handball, box.

**Un estudio de televisión, siete islas de edición en sistema Betacam y digital, y múltiples equipos de ultima generación componen el soporte técnico que permite a Torneos y Competencias una producción de mas de cuatro mil quinientas horas anuales de programación propias, las que no incluyen las efectuadas a terceros.** Esto lo ha convertido a TyC en el primer productor del país.

**Fútbol de Primera se ha convertido en un clásico de los domingos (Fig. 04).** Es uno de los programas más premiados y populares de la televisión argentina y su irrupción en el medio, en 1985, cambio la historia de los programas sobre fútbol. **En Fútbol de Primera se resumen en dos horas los partidos de la jornada y se repiten los goles de cada fecha del torneo oficial de la Primera División del fútbol argentino. Se presentan además clips de personajes y situaciones grabadas en los encuentros, con excelente edición y musicalización, que convierte así un programa deportivo en un verdadero show televisivo.**

Como reconocimiento a su trayectoria, basta mencionar que **gano 12 veces el Martín Fierro al programa deportivo del año, y en 1999 el Martín Fierro de Oro, máximo premio que se otorga en la Televisión Argentina.**

La Red – AM 910, es la emisora de Torneos y Competencias que habiendo nacido para cubrir toda la actividad deportiva, ha logrado posicionarse entre las radios líderes a partir de la decisión de ampliar su enfoque informativo al conjunto total de los acontecimientos que afectan a la sociedad.

Para lograr ese objetivo y satisfacer a una audiencia cada vez mas importante, La Red pone en juego las 24 horas de cada día, además del talento y experiencia profesional de su personal, el respaldo tecnológico necesario para alcanzar con sus emisiones en AM910 un importante radio de cobertura gracias a su potente transmisor de ultima generación, a lo que se suma como señal de Frecuencia Modulada, una cadena construida por mas de veinte emisoras franquiciadas, con el mismo nombre e identidad. Y por Internet a todo el mundo.

Conducen los principales sectores de su programación Nelson Castro, Oscar Gómez Castañón, Mariano Grondona, Fernando Niembro, Gonzalo Bonadeo y Mariano Cross. Complementan esa tarea columnistas especializados en distintas disciplinas, dentro de una estructura informativa asistida por más de veinte cronistas, que desde exteriores informan sobre los hechos destacados del día.

Hoy La Red ocupa el tercer lugar en las mediciones generales realizadas por IBOPE, y las transmisiones de Fútbol de Primera, de los días domingos, ya se ha instalado en el primer lugar.

El Grupo Editorial cuenta con los siguientes títulos: El Grafico: Revista mensual de deportes, mayoritariamente de fútbol. Golf Digest: Revista mensual que se comercializa en Argentina, Brasil y Chile.

Torneos y Competencias, es titular, a través de la empresa AdTime, de los derechos de publicidad estática en 18 de los 20 principales estadios de fútbol de la Argentina. Este método de comunicación, que

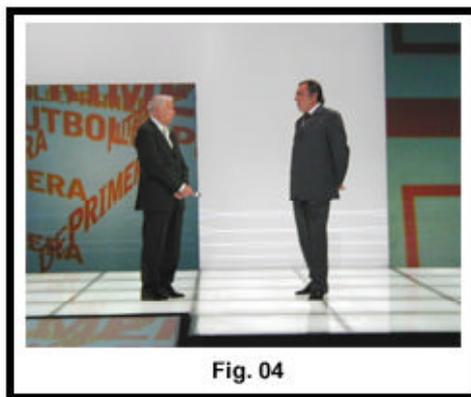


Fig. 04

se hace masivo por medio de la televisión, logra gran efectividad en la promoción de productos y marcas.

Locos por el Fútbol abrió, en el año 1999, el primer bar temático de fútbol del país en el Village Recoleta.

Funciona como confitería y restaurante y como centro de esparcimiento y diversión relacionado con el fútbol y los deportes en general. Allí pueden mirarse los principales partidos de fútbol en televisores ubicados en cada mesa y en lugares estratégicos del local. El local cuenta con un escenario que permite la organización de espectáculos, shows en vivo y baile.

Hay 4 locales mas operando bajo el concepto de franquicia en el Aeropuerto local de la ciudad de Buenos Aires, en Lomas de Zamora, en Tucumán y Caballito. Además están muy avanzadas las negociaciones para abrir locales en Miami, México y España.

Torneos y Competencias tiene importantes áreas de negocios vinculadas a distintos aspectos de la comunicación deportiva. Produce programas de televisión abierta y por cable, es accionista de la primera señal de cable deportiva del país, propietaria de la licencia de una onda de radio AM en la ciudad de Buenos Aires (La Red AM 910). Además, explota derechos televisivos de partidos del torneo oficial del fútbol argentino y adquiere y comercializa derechos de transmisión de diversos deportes.

### II.III Fútbol y rating

El rating es, digámoslo de una vez, la síntesis de la adrenalina televisiva. Es el examen diario para saber si el público subió o bajo el pulgar, si acertamos o si nos equivocamos. Nos indica si estamos embarazados del éxito o si padecemos la enfermedad terminal del fracaso.

Se nace y se muere todos los días en la televisión. Por eso no hay trabajo que se le parezca.

La ceremonia ocurre diariamente, entre las 10.30 y las 12 del mediodía. En ese lapso llegan los rating. Antes traían las planillas en mano, después por fax y ahora por Internet. Las secretarías saben que, a partir de las 10.30, comienzan las preguntas: «¿Llegaron las planillas?», «¡Como! ¿Todavía no llegaron?».

«Nada puede siquiera acercarse al rating que genera el Mundial de Fútbol '78. El decisivo partido de la Selección Argentina contra la del Perú, aquel del 6 a 0, logra 84 puntos de rating. Canal 7, que todavía se llama así, destina para la cobertura del hecho deportivo más importante un equipo periodístico conformado por Julio Ricardo, Horacio Aiello, Mario Trucco, Enrique Macaya Marquez, Marcelo Araujo, Tito Biondi y Héctor Drazer.

El 1º de junio a las 15 horas nadie mira otro canal. La ceremonia en el Estadio Monumental de River - transmitida por Canal 11 en blanco y negro para el país y en color para el exterior- incluye una suelta de globos blancos y celestes, y la formación en el césped, por parte de gimnastas, del logo de Argentina '78: dos manos que sostienen una pelota.

*Tomas aéreas siguen el vuelo de las palomas, mientras Videla, Massera, Agosti –el triunvirato militar de la dictadura- y el presidente de la FIFA, Joao Havelange, ocupan sus asientos en el palco oficial. Las banderas de los países participantes desfilan, mientras el relator José María Muñoz empieza a transmitir el primer partido, que enfrenta al campeón de 1974, Alemania, con el seleccionado de Polonia. A su lado, Roberto Ayala da los datos del tiempo y comenta. «Tarde hermosa en Buenos Aires...», dice Muñoz mientras todos los televisores encendidos se disponen a seguir las alternativas del primer match, apenas tibio».*

Para Hugo Di Guglielmo (Director de Programación de Canal 13 desde enero de 1990 hasta septiembre de 2001) **«cuando hablamos de rating, la pregunta siempre esta cargada de ansiedad, de exasperación, de bronca o de euforia. Nunca de calma o de paz. La llegada diaria de los ratings es el momento clave del día, tanto para disparar la preocupación como la alegría.»**

El problema mas grave al que me he enfrentado como director de Programación es no contar con una medición de rating realmente confiable. En la Argentina siempre hubo y hay dudas sobre la calidad, cuando no de la transparencia de la información sobre la audiencia.

**«Primero fue IPSA, luego Mercados y Tendencias y ahora es Ibope quien suministra la información. En un momento trabajaban simultáneamente las tres empresas, y los tres resultados diferían entre sí. Realmente algo caótico y poco serio.»**

En principio, conviene saber que hay dos ratings: el rating-hogares, que mide cuantos hogares están viendo determinado programa o canal; y el rating-personas, que mide cuantas personas lo están mirando en ese determinado momento. Un punto de rating-hogares en Ibope equivale hoy a unos 33.000 hogares. Y un punto de rating-personas equivale a 106.000 personas mayores de 4 años.

El rating se mide minuto a minuto, pero en las planillas diarias que miramos ansiosamente cada día esta dividido por bloques horarios y por programas, y cada tramo horario esta dividido en secciones de quince minutos.

Así como el rating indica la cantidad de gente que mira un programa en un momento dado, el share es el porcentaje que esa gente significa sobre el total del encendido de ese momento. De tal modo si el encendido de esa hora es de 50 puntos y el programa X tiene 10 puntos de rating, su share es de un 20 por ciento, es

decir que el 20 por ciento de la gente que esta mirando televisión en ese momento esta mirando el programa X.

La mirada profesional es mucho mas estricta, hay que indagar el rating no tanto cuantos están viendo globalmente un determinado programa, sino quienes son. Aquí empiezan a tallar la división por sexo, las edades y los niveles socioeconómicos. Si lo que uno quiere es captar mujeres Fútbol de Primera, el programa deportivo por excelencia, tiene un muy buen rating pero la abrumadora mayoría son hombres.

El tema de la fiabilidad en las mediciones de rating ha sido siempre un dolor de cabeza para la televisión argentina.

Hacia el año 1992, la medición de rating estaba en manos de Ipsa, con el precario método del cuadernillo: el entrevistado debía consultar a su memoria y anotar lo que había visto en días anteriores. Estaba también Mercados y Tendencias, con el método de set meter combinado con el cuadernillo. En 1993 apareció Ibope con el moderno método del people meter, un aparatito que se instala en el televisor y registra que se esta viendo y donde minuto a minuto. Las otras dos empresas se vieron obligadas a cambiar y para 1994, con Ibope ya operando en el mercado, también Ipsa y Mercados y Tendencias median con people meter.

En 1994 se conformo la CCMA –Comisión de Control de Medición de Audiencias-, inicialmente integrada por los canales 13 y Telefe. Una de las primeras tareas de la CCMA fue comenzar con una serie de auditorías a las cuestionadas medidoras. En 1996, Ipsa, que había pasado a manos de Nielsen, es rechazada por varias auditorías y finalmente es adquirida por Ibope. A fines de 1997, Mercados y Tendencias tampoco resulta aprobada y hasta circulan sospechas de manipulación de datos. También termina en manos de Ibope.

Así, esta última empresa se convierte en la única medidora del mercado y es homologada en 1999, aunque con votación dividida en el seno de la CCMA.

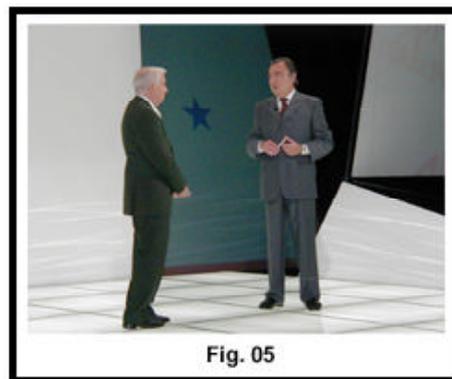
La nueva realidad es que queda una sola medidora y el mercado no puede funcionar sin ella.

Los datos de rating son esenciales no solo para los canales, sino también para quienes deben justificar sus inversiones publicitarias.

#### II.IV El desembarco en Canal 13

La llegada de Fútbol de primera a la pantalla de Canal 13 (Fig. 05), se da por una jugada del destino mas que por una decisión efectiva de programación, aunque los magníficos resultados obtenidos año tras año ubicaron al programa como el clásico del Domingo a las 22.00 hs. Una de las voces de consulta mas autorizadas es la del periodista Ernesto Cherquis Bialo.

**«Cuando se privatizó TELEFE, en 1990, me hice cargo de la gerencia de Deportes de Telefe, estaba naciendo Produfe, que es la productora de deportes, en el propio canal. Entonces la orden que yo tenia del Directorio de Atlántida era «hay que conseguir, de cualquier manera, participación en el mercado del fútbol». El fútbol y todos sus derechos, estaban firmados a favor de la empresa Torneos y Competencias, de tal manera que yo tenía que operar sobre Torneos y Competencias para buscar una asociación o para buscar quedarnos con el fútbol porque el objetivo de Telefe era tener el fútbol, así como hoy lo tiene Canal 13 por obra de la casualidad. Muy bien la historia es bastante larga, seguramente aburrida, en todo caso específica, pero yo recuerdo haberme reunido con Carlos Ávila en Asunción del Paraguay en el marco de un sorteo de una Supercopa organizada por la Confederación Sudamericana y acuerdo los términos finales de nuestras reuniones. Fueron tan simples como esto: «Mira Carlos, ustedes tienen el producto y no tienen pantalla. Nosotros tenemos pantalla y no tenemos el producto. Si nosotros nos peleamos entre nosotros por lograr el fútbol en una próxima licitación, el fútbol va a dejar de ser rentable porque, no me imagino como El Gráfico detrás, Telefe delante y Vigil en la Dirección, puede perder el fútbol con una trayectoria de setenta años en la vida del deporte de este país. Se va a pagar lo que el fútbol de pronto no merece ni rentabiliza por obtenerlo, y vos que ya tenes estos derechos, también vas a luchar por mantenerlos, ¿Por qué no nos asociamos, de tal forma que podamos usufructuarlos las dos empresas en sociedad armoniosa?. A Carlos Ávila le pareció que por lo menos era una idea que merecía ser pensada, la evaluó, intento una maniobra por lo cual decir sí, pero por detrás firmar el fútbol y cortarse solo. Yo advertí esta maniobra a favor de la información de un dirigente importantísimo, Vigil operó en el momento justo, en el lugar justo y se formó la sociedad entre Torneos y Competencias y Produfe para que el fútbol vaya a la pantalla de Canal Once. Transcurría entonces el mes de Septiembre de 1990 y el fútbol habría de ir a la pantalla**



***de Telefe con el próximo Campeonato de 1991, pero, he aquí la mano de Dios: Nosotros habíamos puesto un programa que debía competir con los noticieros de la medianoche. Aníbal Vigil me llamo y me dijo: «Gustavo Yankelevich tiene una idea para competir con los noticieros de la media noche. Se trata de un programa de deportes que no tenga un costo muy elevado, o sea que las imágenes no sean necesariamente actualizadas, con un conductor que entretenga y mientras veían los dramáticos productos de noticieros a la medianoche en los canales 9 y 13 y ATC, nosotros salgamos con un producto que se proponga como alternativa».***

Había nacido el puntapié inicial de otro mega-éxito de la televisión Argentina: Videomatch y su posterior también exitoso Ritmo de la Noche, el terreno estaba entonces sembrado para una nueva propuesta en la que el fútbol por ese entonces no iba a tener lugar.

El preciso relato de Cherquis Bialo continúa con el aporte de todos los detalles:

«Entonces el canal hizo una sociedad con Pepe Irusta Cornet, el hijo de quien había sido el dueño de Canal 2 de La Plata, hoy América TV, que en ese momento se llamaba HTT PRODUCCIONES, para obtener imágenes, ¿Por qué?, porque ellos estaban siendo la representación en la Argentina de la ESPA, entonces tenían mucho material que les sobraba, un material ocioso.

Gustavo Yankelevich había elegido para conducir ese programa a Gustavo Lutteral y en una reunión de Gerentes me consultaron y yo dije que para mi el hombre era un muchacho nuevo, a quien yo conocía profundamente por haber compartido con el un viaje a China comunista en el marco de un campeonato mundial juvenil de fútbol y que me parecía que era un tipo que tenía un sentido comunicacional extraordinario, con un idioma fantástico para la medianoche, sobre todo para captar un público joven, y les tiré un nombre, Marcelo Tinelli.

Pusimos Videomatch en el aire, a las doce de la noche de cada día, después del 1 de Marzo de 1990.

*Cuando llega el verano del 91, ya esta todo listo para que el fútbol se traslade a Telefe, pero Gustavo Yankelevich habría de llevar a cabo otro movimiento magistral, aprovechando las vacaciones de Sofovich para La Noche del Domingo por Telefe, le dio a Tinelli un programa que habría de llamarse Ritmo de la Noche...era para los meses de Enero y Febrero. Y este programa empezó a marcar 30 puntos, 32 puntos, entonces se hizo imposible de levantar. Llega el Campeonato de fútbol y Gustavo Yankelevich dijo: ¡»Que me vienen con campeonato de fútbol, yo sigo con Marcelo Tinelli todos los domingos por la noche!». De manera que ya teníamos el producto pero ahora no teníamos pantalla. Ávila entonces, se lleva el fútbol a Canal 9, Sofovich se lleva La Noche del Domingo a ATC, pero en Canal 9 Romay quiere naturalmente competir con Tinelli y pone a Pergolini de 9 a 10 de la noche, de tal manera que al fútbol lo descuartizan y va un segmento de 8 a 9, viene Pergolini para competir con Tinelli y el otro segmento del fútbol va de 10 a 11 de la noche.*

*Entonces Ávila, ya sin pantalla toca el timbre de Canal 13 y Canal 13 le acepta el producto fútbol a costa de Tato Bores, siempre y cuando se asocie en la producción del fútbol. De esta manera Canal 13 entra en el negocio del fútbol».*

El 13 que no tenía fútbol, ni que nació para ser un canal deportivo, de pronto siente que le tocan el timbre de su casa para decirle: «Vea, señor, yo tengo un producto llamado fútbol para un programa llamado Fútbol de Primera, para poner los domingos a las diez de la noche y no tengo pantalla». Y Canal 13, en lugar de vender el espacio, le dice: «Ah... nosotros no tenemos ningún problema, pero tenemos que ser socios», y a los cinco meses viene la televisión satelital codificada. Entonces se consolida como socio de Torneos y Competencias y se convierte en el dueño de todo este negocio que tiene una facturación de 500 millones de pesos aproximadamente por año. El 60 por ciento es para la empresa y el 40 por ciento es para la AFA.

Los clubes van a percibir 140.000 dólares por partido, lo que constituye un monto de cachet de 280.000 dólares más un costo de producción de 30.000 dólares por partido, de manera que estamos en el orden de los 300.000 dólares por partido. Cuatro partidos por mes, cuatro clásicos por mes, estamos hablando de 1.200.000 dólares, que es lo que cuesta pagarle a los clubes y producir las transmisiones de fútbol.

Pero el mercado de cable de la capital es de 700.000 hogares. Si de estos 700.000 hogares, el 50 por ciento se adhiere por once pesos, estaríamos en 3.500.000 pesos, nada más que de contribución de los abonados para ver el fútbol. Lo cual esta constituyendo un negocio de un millón y pico de dólares, casi dos millones de dólares de rentabilidad mensual, lo que multiplicado por los 10 meses que duran los dos campeonatos, estamos hablando de 32 millones de dólares de ganancia para Torneos y Competencias, porque a los clubes ya se les esta pagando a través de la AFA. Es un negocio extraordinario. ***«Ahora habra que ver si esto le sirve a los clubes, continúa diciendo Cherquis Bialo, yo creo que le va a restar mucho público en la cancha. Además también creo que, justamente, no hay una gran preocupación por la confortabilidad, por la seguridad, por la higiene, por el control y por todas las cosas que hacen a la toma de decisión de i o no ir a la cancha, porque lo importante es llegar a la conclusión de que es mucho mejor ver el fútbol por televisión. Y esto esta produciendo un negocio de 5 o 6 millones...»***

Para el programador de Torneos y Competencias José Luis D'amato el fenómeno surge en un momento casi mágico: **«Torneos y Competencias nace a partir de un contrato que hace con la AFA, en un momento en que nadie quería tener el fútbol. Torneos le hace una oferta económica a la AFA, creo que la única de ese momento, le pide una cantidad de años y la AFA negocia. Años después vuelve a ofrecerle otro negocio con el codificado. Si miramos lo que ha pasado desde el '84 hasta hoy podemos decir que los clubes se han beneficiado. Y cuando esto empezó a crecer muchos se dieron cuenta que el fútbol era muy buen negocio y ahora se quejan. Si lo hubiesen querido tener, pienso que hubiesen podido».**

El negocio de la exclusividad en las transmisiones televisivas es hoy día un fenómeno extendido a todos los canales y rubros mediáticos. Los Premios Martín Fierro o la entrega de los Oscar tampoco se emiten por los cuatro canales. Las instituciones les venden los derechos a un solo canal. Uno no puede entrar a televisar un partido en cualquier lugar del mundo si no tiene los derechos.

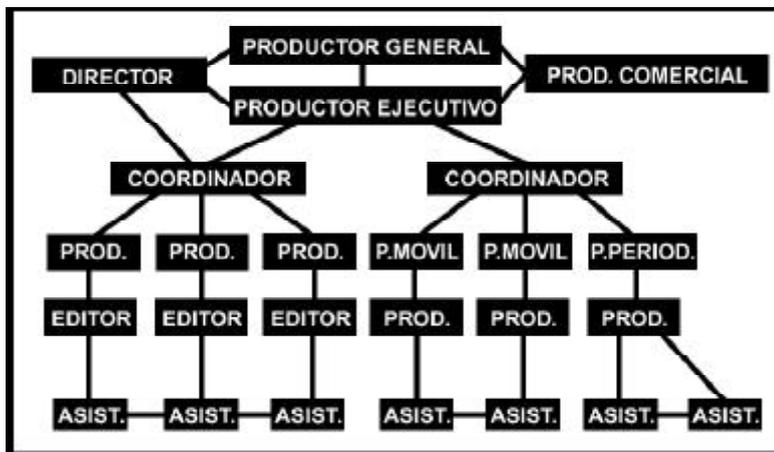
Torneos tenía los derechos y fue haciendo los programas y emitiéndolos en los canales con los que contrataba esos subproductos. Con Canal 13 tiene una sociedad para varios negocios, y comparte la señal TyC Sports.

José Luis D'amato: **«Yo soy el gerente de programación y producción de ese canal satelital de deportes. Además de fútbol transmitimos básquet, voley, handball, jockey sobre césped y sobre patines. Transmitimos en vivo a todos los deportistas argentinos en las Olimpiadas. Tratamos de tener un criterio en la selección de deportes a transmitir que tenga que ver con las tradiciones y cultura del espectador argentino. El fútbol americano y el béisbol no se juegan en las escuelas y la gente desconoce las reglas».**

### Capítulo III. «Estás viendo Fútbol de Primera»

#### Técnicas para una producción en serio...

##### III.I Producción:



Organigrama

La realización de un programa como «Fútbol de Primera», transformado hoy día en una de las producciones más impactantes de la televisión Argentina es solo posible gracias a un equipo de profesionales preparados específicamente en cada rubro.

Según Millerson autor del libro «Técnicas de Realización», el Productor Ejecutivo ostenta la jefatura global administrativa y de organización de un grupo de producción. El o ella tienen a su cargo el control y la coordinación con la dirección comercial, incluyendo el presupuesto del programa y pueden también estar implicados en temas de mayor amplitud, tales como los arreglos de financiación/ patrocinio/ coproducción.

**El Productor es el responsable ante la alta dirección de una determinada producción.** Se ocupa de la designación del personal supervisor y los equipos; coordinación Inter.-departamental; aceptación del guión; planificación de la producción. Hay ocasiones en que el productor elige o inicia los conceptos del programa, y trabaja con los guionistas. El o ella designan un realizador para la producción y mantienen un control de las fechas tope, planificación de la producción, propuestas de localizaciones, ensayos, tratamiento de la producción, etcétera. Durante el ensayo / grabación también participa en tareas específicas, tales como la repetición de tomas, prolongación del tiempo asignado a los rodajes, problemas sindicales o de personal, revisión del tratamiento de post-producción, y formato final del programa.

**Ayudante de dirección:** Ayuda al director. Supervisa los ensayos preliminares, organiza las localizaciones, etcétera, por delegación del director.

**Ayudante del productor:** Ayudante del director. Colaborador para tareas generales de enlace, secretaria, coordinación. Comprueba las secuencias frente a lo señalado en el guión. Verifica la continuidad.

Se ocupa en ocasiones de la ordenación de las tomas y preparación de los insertos, etcétera, mientras el director dirige la actuación y las cámaras. Advierte al director y a los equipos de cámara y magnetoscopio / telecine, de las próximas indicaciones / referencias de comienzo / final de tomas. Anota las duraciones / código de tiempo de cada toma. Va haciendo anotaciones, por indicación del director, en relación con los cambios que han de efectuarse, repetición de tomas, etcétera.

Gonzalo Mozes es el Productor General de «Fútbol de Primera». Tiene 33 años. Estudio Ciencias de la Comunicación en la UBA. «me faltan 6 materias entre ellas televisión 2 y 3». Se recibió de Periodista Deportivo en TEA, estudio Educación Científica y habla perfecto inglés. En 1991 empezó a trabajar en el diario La Prensa, en donde cubrió deportes, algo de información general y espectáculos. En ese momento empezó a trabajar en Torneos y Competencias como free lance los fines de semana. Luego comenzó a dar clases en Deportea y fue haciendo cursos de producción y fotografía.

«Entre a Torneos bastante bien formado, en un momento que había muy poca gente y la empresa empezando a dar el gran salto de calidad y trabajo cuando empezaron los partidos codificados. Ese fue el punto de inflexión en Torneos. Era el último de los asistentes, era asistente de producción de lunes a domingos. Hice todas las transmisiones, fui asistente de todo el mundo. Estuve tres días sin volver a casa visualizando material de noche, editando, hice todos los trabajos posibles».

Para Mozes es difícil calcular cuanta gente trabaja para Fútbol de Primera. **«Para mi trabajan todos, desde la secretaria que les entrega las acreditaciones a los productores para ingresar a las canchas, las motos que utilizamos constantemente llevando y trayendo material para editar en Torneos o en Canal 13, el que hace los enlaces, la gente que trabaja en los móviles, sumando todo eso son mas de 600 personas.**

Si hablamos solamente de producción, son 30 productores por domingo, sin contar a periodistas ni directores. «Si hablas de una producción integral hablas de periodista, directores y productores. Ahí suman unas 60 personas. Después tenemos lo que yo denomino 'hombre orquesta', que hace una transmisión a la mañana, un programa a la tarde y uno a la noche. Pero exclusivo de Fútbol de Primera es ese número, 30 productores aproximadamente».

La estructura de la producción de Fútbol de Primera es la siguiente: Un Productor General, Gonzalo Mozes, un Director Creativo, que es Marcelo Domizzi – que se encarga de las aperturas, fílmicos y estética del programa año a año. El escenógrafo es Juan Blas Doberti.

«No me puedo referir a cargos jerárquicos ni tareas realizadas, dice Mozes, porque en Torneos hay personas que son Productores Ejecutivos de lunes a viernes y en Fútbol de Primera hacen trabajos de asistentes. Yo en Fútbol de Primera tengo a la gente que elijo yo para trabajar».

Hay cuatro productores encargados de editar los partidos principales. Cinco productores que editan los partidos complementarios. A los que se suman dos productores que se encargan de editar las jugadas polémicas, las notas a los jugadores y los telebean. Otro productor en Torneos que edita el prólogo, los «lo que viene». Además de los comerciales del 'Show del banco', Gillette».

Hay productores ejecutivos que hacen los dos partidos más importantes – Boca y River -, productores que hacen los otros partidos y asistentes de producción que van con cada uno de ellos, de acuerdo como esta compuesta cada fecha.

«El tema jerárquico y tareas no es muy importante en Torneos, aclara Mozes, yo soy Productor General, y en el Mundial de Corea – Japón me la pase cargando cascotes para armar la escenografía todos los días».

No hay jerarquías, por ejemplo, el productor Jorge Edo, es el mejor productor de exteriores que tiene el equipo, y en la semana esta haciendo partidos por toda la Argentina. El domingo es el productor del clásico principal y en el programa hace tape. Que no es un trabajo menor, pero esta más bien relacionado al de un asistente de producción.

Durante la semana, la producción del programa se centra en tres personas, en Mozes, en Hernán González, que es el productor encargado de edición del segundo piso de Canal 13 – donde se editan los tres partidos más importantes -, y en Diego Roiffe que es el encargado de todos los detalles de Fútbol de Primera – que la duración de los partidos sean las que Mozes designa, que se realicen varias versiones de los mismos con distinta duración, ya que no se puede esperar a que termine la fecha el domingo para empezar a editar, no se llegaría. En estas tres personas se centra el Fútbol de Primera rutinario.

Por otro lado esta el área creativa. Su Director Marcelo Domizzi, junto con todo su equipo va estudiando que harán con el fílmico, a que partido van, etc.

Mozes decide además adonde van los móviles. Habla con el Gerente Técnico, con administración – por el presupuesto – y designa que móvil va a cada partido.

El Productor Ejecutivo, Hernán González, se encarga de armar unas planillas con todos los partidos que se juegan esa fecha. En esas planillas González designa que productor y asistente de producción, que periodista y que director irán a cada partido.

Los partidos televisados en vivo son los siguientes: Uno el viernes, que se transmite en vivo para Capital Federal, por América y al interior por TyC Sports. Dos partidos el sábado que van por TyC Sport para todo el país. El domingo hay dos partidos, el clásico y el quinto partido – Boca o River de visitante – y un partido mas que se llama Edición Especial, que va por TyC max a las 21 hs. La idea para el 2004 es que haya un móvil en cada partido.

De diez partidos que ofrece cada fecha, seis son televisados en vivo antes de la emisión del programa Fútbol de Primera.

Los demás partidos – no televisados – se cubren dos con móviles chicos (Fig. 06), –tres cámaras – o se reciben vía coaxil desde el interior. Los dos restantes se cubren con una cámara –productor, periodista y camarógrafo – ya sea el caso de La Plata o Bahía Blanca por citar dos ejemplos.

Todas las transmisiones tienen enlace a Torneos. Por lo tanto se graban en el edificio de Balcarce 510.

El productor que lo recibe visualiza en el momento el material, anotando diferentes acciones del juego, con sus respectivos códigos de tiempo. Dejando así el material listo para editar.

La apertura del programa se graba a las 21 hs. La escenografía son pantallas de cine carísimas del tipo retroproyectores, están alimentadas desde atrás. El piso son acrílicos blancos iluminados desde abajo. Lo demás es todo negro, como el teatro negro de Praga, que se ilumina de una manera que se ve lo blanco y el resto da una sensación de enormidad que no es tal.

Hay una pantalla de cine (Fig. 07), en el piso inclinada a 33 grados, la misma es alimentada por un proyector colgado en la parrilla del estudio.

Cada una de las pantallas están alimentadas por cuatro máquinas desde el control.

La grabación de la apertura demora a veces 40 minutos, y otras 2'. Depende de los errores de los periodistas o que les guste como haya quedado.

Los partidos están editados todos con relato. Salvo los partidos que duran 1 o 2 minutos, a los cuales se les agrega el relato de Macaya Márquez y Araujo en vivo desde el estudio. Como así también el off a las jugadas polémicas y los telebeam.

Hay periodistas que le bajan toda la información de los partidos a Marcelo Araujo. A Macaya no, porque lo que hace Enrique es comentar la jugada que vio.

También van con audio en vivo los «lo que viene». Y el piso del final, de despedida, es en vivo.

Todos los técnicos, iluminación, sonido, maquillaje, etc. son de Canal 13.

Utilizan dos grúas (Fig. 08), y una cámara fija por las dudas. La utilización de dos grúas nunca se había hecho en la Argentina.

«En el control somos tres productores, agrega Mozes, tres y medio, porque uno va y viene. Yo hago el control con dos productores más. Me pasan información constantemente, ¿cuanto duran los partidos? O ¿Cuándo van los comerciales?- que se colocan en vivo como insert.

**Hay otro control en paralelo que transmite para el interior y al exterior, debido a la diferencia de comerciales destinados a uno u otro lugar».**

Los inserts con audio van ubicados en los silencios de la transmisión generados en edición, se utilizan para la colocación de publicidades. Los mismos son detalladamente marcados por el productor que edito el partido, por ejemplo: por código de tiempo –

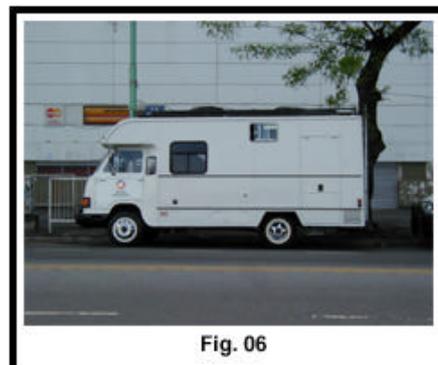


Fig. 06

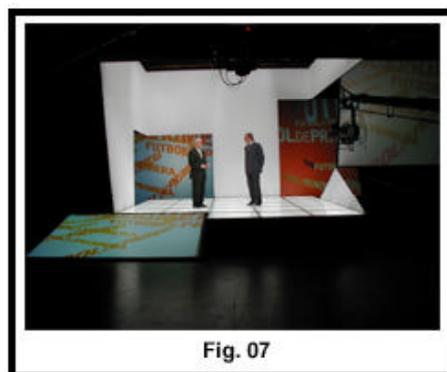


Fig. 07

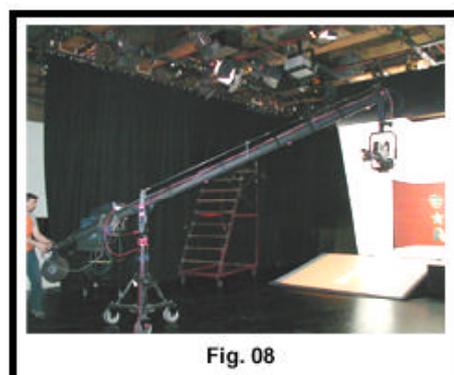


Fig. 08

silencio a los 03' 22" – o bien por algún 'pie' del relator Ej: – después de espectacular atajada de Constanzo, silencio para comercial -. Es ahí en ese momento cuando el director del control del interior pondrá Vagovit y el director del control para capital, pondrá Budweiser.

Hay dos productores que hacen tape. Jorge Edo se encarga de las maquinas digitales –por donde se emiten los compactos de los partidos- y las betas son controladas por Gabriela Krause – por donde salen «El show de goles», «Primer gol ganador», «Segundo gol ganador», el comercial del prologo de Budweiser, el fondo de las tablas de posiciones – que es animado- , de próxima fecha, de descenso. Estos productores cuentan con 2 máquinas Beta digitales y 3 betas sp. Todos los partidos están editados en formato digital.

**«La duración de los partidos la decido yo, aclara Mozes, esto depende de lo que voy viendo de la fecha en la semana y de la calidad de los partidos. Tengo que tener mucha mala suerte el domingo y que empaten todos 0 a 0. Los productores que editan tienen marcado en que lugar cortar o alargar los partidos del viernes y sábado, según lo que ocurra con los partidos del domingo. De todas maneras hago hacer varias versiones de un mismo partido, por ejemplo San Lorenzo vs. Velez, del viernes la editamos de 5', 7' y 10'. De acuerdo a como se den los partidos del domingo pondremos al aire la que mas convenga».**

«Yo armo la rutina (ver anexo). La rutina fue cambiando, una cosa era cuando los hinchas de Boca tenían la panza vacía y no salían campeones de nada. Uno tiraba el anzuelo de Boca al final del programa y marcábamos muy bien. Además antes había dos partidos televisados, ahora hay seis. Lo que implica que mucha gente ya vio los partidos antes de emitirse Fútbol de Primera».

Ya no estan mirando que tiene Telefe porque la competencia esta poniendo productos de 30 puntos de rating al lado como «Trato Hecho». Compiten contra ellos mismos. Con estar entre 17 y 22 puntos de rating estan conformes, porque el deporte es de cable no de aire.

En el año 2003 Argentina salio sub campeón de básquet, por ESPN, la maravillosa campaña de Nalbandian la dio ESPN, la Copa Tokio Fox Sports, las eliminatorias de fútbol por distintas señales de cable, las leonas del hockey, TyC, Ginobili triunfo en la NBA por cable – salvo la final que la emitió Canal 9-. El deporte en el mundo es hoy por cable, ESPN tiene tres señales, Torneos y Competencias tiene dos, TyC y TyC Max, FOX Sports una. Es un milagro el hecho de que Fútbol de Primera siga estando en televisión por aire.

Por último Gonzalo Mozes revela todos los detalles de realización, presupuesto y hasta algunos de los secretos que utiliza Domingo tras Domingo para la realización del exitoso programa.

«La rutina la armamos con muchos secretos, por ejemplo 23:50 hs tenés que poner un gol, si pones un partido de cierre que termino 0 a 0, la gente se te va.

El resultado de River y Boca influye mucho en el armado de la rutina. Por ejemplo si Boca gana 3 a 0 en el primer tiempo, le digo al productor de edición que lo haga de 22 minutos, esperando que haya dos goles más en el segundo. Si el segundo tiempo termina 0 a 0, lo edito de 5 minutos. O sea que de un partido que en un principio iba a ir en dos partes –por ser Boca- ahora va en una. Porque no puedo vender 'lo que viene, lo que viene', si ya todo el mundo sabe que en el segundo tiempo no hay goles. Después tengo que esperar que pasa con River, si River es muy malo, los 27 minutos de Boca se transforman en 35 minutos. Además tengo las distintas versiones de los otros partidos para cubrirme. Si San Lorenzo iba en 4 minutos, ahora mando la versión de 8 minutos.

**Estoy pendiente de cada gol el domingo. Un gol me puede cambiar la rutina. Cerrar la rutina es un alivio.**

Tengo 3 o 4 hojas en paralelo, en las que armo el esqueleto. La rutina contiene dos partes, el esqueleto – el orden que le voy a dar a cada partido – y los tiempos de duración de cada uno. Lo voy teniendo todo en la cabeza, porque sino mareo al que esta al lado mío.

También hago algunos llamados a gente amiga o familiares, les pregunto si vieron o no el partido, si lo volverían a ver, es un pequeño análisis de mercado «trucho», que me ha servido.

**Editamos una parte en Torneos (Fig. 09), y otra en Canal 13.**

**Los partidos adelantados se editan en Balcarce 510. En el 13 los editores son del canal, por un tema gremial nadie puede tocar las maquinas. Yo no soy de imponer horarios, hablo con Diego Roiffe que es el responsable y le digo: quiero esto, lo otro, y el arregla como quiere. Si quieren venir a editar a las 3 de la mañana pueden hacerlo, yo lo único que le digo es que el domingo a las 15 hs. Quiero tener los tiempos de los partidos. Yo dejo hacer hasta que se equivocan, cuando se equivocan lo hacen como yo quiero.**

Hay 4 periodistas por transmisión, son 6 transmisiones, 24. Sin contar a los que dan una mano en el programa, los que le preparan la data a Marcelo Araujo.



Fig. 09

Las acreditaciones las tramitan cada productor con cada club. Luego el productor se encarga de repartirlas entre su equipo de producción, se las envía al jefe técnico del móvil para que las reparta entre sus técnicos, al que arma el escritorio de los periodistas en la cabina, a los remiseros, a los motoqueros que llevan y traen material, a los periodistas.

**Con el tema Rating ahora se ha perdido un poco el fanatismo, la única medidora es Ibope, y hay que creerle. El rating te dice si hiciste bien o mal tu trabajo. Si por ejemplo hice bien o mal la rutina del programa. Pero Fútbol de Primera no es un programa que se vaya a levantar por bajo rating, hay un tema comercial, de auspiciantes que los avalan.**

El directorio de la empresa Torneos y Competencias, me baja línea. Levantamos este programa del aire, tenemos que contratar a tal persona por un tema político, o echar a tal otra. Pero en lo periodístico no se meten, tengo total libertad.

**El Martín Fierro cuando lo ganas decís: ¿Cómo me aburrí toda la noche?, pero cuando lo perdés te querés morir. El año pasado nos ganó Carburando, que es una transmisión, no un programa deportivo. Lo hacen muy bien, pero no es mejor que la transmisión del partido Argentina – Brasil con treinta cámaras, como hicimos nosotros. El premio es a «Producción Integral». Los Premios Clarín no dieron a producción Integral y Musicalización».**

Torneos y Competencias le compro a la AFA los derechos del fútbol argentino. Los clubes son la AFA, entre ellos arreglan cuanto le corresponde a cada uno y la AFA distribuye el dinero. A su vez Torneos puede vender sus derechos, por ejemplo se ha vendido el Clásico del domingo a Fox. El contrato entre Torneos y la AFA es hasta el 2014 y se tiene que ir actualizando año a año. Se ha hecho un estudio de ingresos y egresos de los clubes de fútbol. La televisión en Argentina para los clubes es del 30% del total de ingresos, mientras que en Italia y España son del 5 o 6 %.

Es muy difícil determinar el presupuesto de Fútbol de Primera. Saber cuanto cuesta el programa. Como incluyo mi sueldo, el de Macaya Marquez y el de los treinta productores, por ejemplo. Que en la semana están asignados a otros programas producidos por la empresa, o realizan programas de radio en La Red, como todos los periodistas.

A todos se les paga un sueldo, un paquete, independientemente de la cantidad de programas. Como asigno los móviles de las transmisiones, cuanto es de Fútbol de Primera y cuanto de la transmisión en sí. Es un cálculo muy difícil y sería irreal. Se podría hacer un presupuesto general de todo lo que produce Torneos y de ahí sacar un porcentaje. Lo que si se sabe son los gastos aislados, por ejemplo, se gasta solo en filmico entre 250 y 300 mil pesos por año. Bueno haciendo un calculo mental en el aire el programa debe costar entre 60 y 70 mil pesos, sin asignar lo que se paga por los derechos.

Nosotros no tenemos móviles, son todos alquilados. Tenemos dos cámaras, las demás se alquilan. La cámara filmica también se alquila, nosotros lo que compramos son las latas.

**Canal 13 pone el estudio, el control completo. Construye la escenografía, nos da las islas de edición con los editores.**

En Canal 13 hablo con Pablo Codevilla, Adrián Suar, Borda, pueden decirme: abrí el programa con Boca, a modo de broma, realmente en lo periodístico no se meten, te dan libertad. Es el canal con el que mejor me llevo.

Fútbol de Primera esta comercializado por TRISA, Telered imagen S.A., es la sociedad que también maneja TyC Sports. Es una sociedad entre Clarín y Torneos y Competencias. Todo lo que se vende es dividido en 50 y 50% entre Canal 13 y TRISA. Ahí se reparte lo que entra de publicidad.

Hay sponsors fijos que entran por 38 o 19 fechas, otros que lo hacen por 3, 5, 8, 10.

**Toda gran empresa que se larga al mercado, que realice un lanzamiento, entra en «Fútbol de Primera», como en «Videomatch», «Son amores», etc. Hace ocho años teníamos 8 cortes, ahora tenemos 3. Canal 13 quiere 4 cortes, yo pido 3 por el rating. No me parece injusta la exclusividad de los derechos. El que tiene los derechos tiene la primera ventana. El béisbol, la NBA en Estados Unidos, después deciden a quien le dan las imágenes y a quien no. Solo se pueden pasar en noticieros tres minutos como máximo. Acá hacen lo que quieren, te graban las imágenes, te tapan el logo, hacen programas deportivos con las imágenes que generaste vos. A nosotros nos roban los móviles, la cámara súper motion. No puede ser, anda con tu cámara y mostrá las imágenes generadas por tu propia cámara. Que nosotros te autorizamos a entrar, cosa que no ocurre en ningún lugar del mundo. En la Argentina no hay respeto por la propiedad privada, por la educación, la salud, la justicia, como van a tener respeto por esto».**

«Yo me casé un Lunes, que querés que te diga, hice el Civil el jueves y la fiesta el lunes, el domingo hice «Fútbol de Primera». Vivís para esto, podés tener 48 grados de fiebre, se puede morir cualquier pariente tuyo que igual vas a estar en el programa. No falte nunca».

Los móviles que alquila Torneos y Competencias para sus transmisiones son:

- Móvil 1 de Canal 13 (Hace el clásico principal del domingo). (Fig. 10 y 11).
- Rodero (Hace el quinto partido) Tiene 2 móviles.
- Badia (Hace el móvil 3, que es el mas importante, no televisado) Tiene 2 móviles.
- VTS – Ramiro Nieto (Tiene 2 móviles)
- VPR – Los Cordobeses
- Locos por el fútbol
- Pulsar
- Video 4

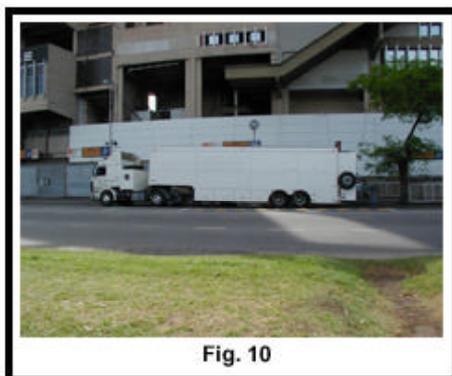


Fig. 10



Fig. 11

Hernán González es Productor Ejecutivo y Trabaja en Torneos y Competencias desde el año 1995. Entro como asistente de producción. En este momento es uno de los tres productores que editan los partidos más importantes del domingo en Fútbol de Primera, en Canal 13. **«siempre edito el partido de Boca o de River»**. El domingo durante el día es el productor del móvil 3, que es el partido más importante después de River y Boca.

**«En edición somos ocho productores, en Canal 13, los días domingo. Mas otros 6 o 7 productores que editan en Torneos el filmico y los comerciales.**

**En exteriores hay que calcular un promedio de dos productores por cancha. Los partidos son 10, estamos hablando de 20 a 25 productores para Fútbol de Primera. Los partidos mas importantes, ya sea el clásico o el quinto partido, van un productor de móvil con tres asistentes de producción. Al móvil 3, va un productor y un asistente. Los partidos de una cámara va solo un asistente.**

Al interior del país, Rafaela, Córdoba, Rosario, Santa Fe, va una cámara con 1 productor encargado de mandar el coaxial hacia Torneos. Se manda el partido resumido en 5 o 6 minutos – goles, jugadas importantes o polémicas, incidentes, etc.-, para después hacer la edición correspondiente.

**Hay que calcular 40 periodistas, de los cuales generalmente alguno se repite. Por ejemplo Walter Nelson y Alejandro Fabbri, relatan y comentan respectivamente, el viernes para TyC Sports, y lo hacen también el sábado y el domingo. Pero con los años ya esta muy aceitado, ya se sabe quien hace cada partido, el clásico lo hacen siempre Araujo y Macaya.**

Con los directores ocurre algo similar, el que dirige el viernes, también lo puede hacer el sábado y el domingo. Porque los partidos televisados son 6, pero la señal que viene de los móviles pasan por un control para agregarle los comerciales, el reloj, las placas. A veces es necesario contratar directores free lance para poder cubrir todas las transmisiones, controles y programas».

Jorge Edo es productor de Móvil y Trabaja en Torneos y Competencias desde el año 1986. Paso por varias áreas de la empresa hasta llegar a ser Productor de exteriores. **«Empece bien de abajo, en el archivo etiquetando casetes, de ahí fui asistente de producción, productor y luego productor de exteriores»**. Es el productor del clásico del domingo. Una vez que se designa el partido del clásico, se reúne con el director, para ver cuantas cámaras necesita. Luego hace el pedido técnico y de cantidad de cámaras. Esto lo habla directamente con el Gerente técnico de Canal 13 y con el Jefe Técnico. El clásico se hace con el Móvil 1 de Canal 13, por lo tanto el pedido técnico es siempre el mismo, salvo que agreguen algún otro pedido específico.

«Yo tengo siempre a los mismos periodistas para el clásico del domingo, relata Marcelo Araujo, comenta Enrique Macaya Marquez, el campo de juego y la zona de vestuarios se lo dividen entre Miguel 'Titi' Fernández y Marcelo Benedetto.

**Una vez en la cancha distribuyo las tareas del equipo de producción. Yo estoy en el móvil, al lado**

**del director coordinando toda la transmisión. Tengo a mi cargo a tres asistentes de producción, con los que me comunico a través de handys. Un asistente se ubica en la cabina de transmisión con Macaya y Araujo, el mismo los asiste en todo momento, facilitándoles información del partido, formaciones, y alguna orden que no les puedo dar yo a través de los retornos (cucarachas). Hay dos asistentes en el campo de juego, uno con cada periodista. Puede haber un cuarto productor eventual con una cámara independiente de la transmisión, grabando imágenes de tribuna o algún seguimiento a un jugador».**

Su trabajo en el camión consiste en coordinar la transmisión, la duración de la artística, los cortes, el trabajo de los asistentes y periodistas.

La transmisión puede tener llamadas telefónicas, conexiones, móviles con otras canchas, estadísticas que pueden ser generadas por grafica o en un tape.

«Los asistentes de producción que están en el estadio, agrega Jorge Edo, a través de la comunicación por handys, me pasan al móvil los cambios de jugadores, estadísticas, amonestados, formaciones, notas a realizar, etc. Ellos me anticipan estos datos para poder darle al videografista la información y que el la cargue antes que se produzca la acción, para poder colocar la grafica en el momento que el director muestre el hecho».

También les pide las notas al final del partido, si va una, dos, tres o ninguna. Si tienen que seguir o cortar, por los horarios de entrega de la transmisión.

El productor de cabina debe ubicar a los periodistas, que estén listos y preparados para realizar el copete de apertura, del entretiempo o el final.

**«Los días Domingo en el programa Fútbol de Primera, hago tape. Hay cuatro maquinas de tape, betas y digitales (Fig. 12). Yo soy el responsable de las digitales, de ahí salen todos los partidos.**

Hago siempre el clásico de los domingos, también hago los partidos de la selección. Me gusta hacer mucho vivo, mucho viaje, adrenalina, despelote».

Eli Fingermann es productor asistente, conoce todos los secretos de la producción del programa, su relato es pormenorizado y minucioso: **«La producción va a las canchas en combis, que salen desde Torneos y Competencias, ubicada en Balcarce 510. Llegamos al estadio entre 2 y 3 horas antes del partido. Los periodistas van aparte en remises.**



Fig. 12

**En la cabina de transmisión hay un asistente de producción, que asiste a los periodistas. Si necesitan algo, les dan las formaciones de los equipos, siempre chequeándolas con los asistentes de campo de juego y el del móvil. Esto es fundamental, ya que todos deben manejar exactamente la misma información. Además están para coordinar la transmisión cuando la misma se realiza desde la cabina, ya sea la apertura, el entretiempo o el cierre de programa. Siempre va el mismo asistente a cada cabina de transmisión, porque ya saben que quiere el periodista, les dejan las formaciones anotadas de una determinada manera, según el gusto y comodidad del periodista».**

Van dos asistentes al campo de juego, son dos para hacer un equipo cada uno. Antes del partido van a la zona de vestuarios y buscan las formaciones de los equipos. Esto es muy importante, si bien las formaciones pueden ser levantadas del diario, es obligación cotejar con la lista que se pega en la puerta del vestuario para la prensa, por posibles cambios de ultimo momento. A veces los periodistas como tienen mas llegada con los técnicos y jugadores tienen la información con anterioridad y se la dan al asistente para que se la pase al del camión y al asistente de la cabina. Toda la información del partido el historial, como vienen los equipos, estadísticas, próxima fecha de cada equipo, amarillas de los jugadores, lesionados, transferencias, etc, la llevan los periodistas. De todas las tareas del asistente de producción, la más difícil y estresante es la del campo de juego. Torneos y Competencias hace mucho hincapié en la salida de los equipos, con el propósito de no perderse nada. Por lo tanto son ellos los que manejan el tiempo de las transmisiones, apuntalados por el productor ejecutivo quien reparte ordene desde el camión a través de los handys.

**«Es muy común en estas transmisiones que los equipos quieran salir a la cancha cuando se esta en un corte publicitario, cuenta Fingermann, el asistente de campo, sea como sea, tiene que impedir la salida de los mismos. Es más fácil cuando los dos equipos salen por la manga hacia el césped, ya que los dos asistentes de campo se paran en la punta u no dejan salir a nadie hasta recibir la orden del productor del móvil. A veces sucede a la inversa, los jugadores no salen, hay que correr y apurar la salida, para evitar que los periodistas estén media hora hablando con el plano de la cancha vacío. Todo es hablado en buenos términos, se respeta mucha a la televisión, ya que todos forman parte del negocio».**

Las placas con las formaciones de los equipos tienen que salir si o si antes que empiece el partido y con los dos equipos ya en el campo. Por lo general cuando los árbitros realizan el sorteo con los dos capitanes. El arbitro del partido siempre mira al asistente de campo quien le hace la seña para dar comienzo al encuentro, ya con la pauta comercial cumplida y las placas estadísticas de rigor emitidas.

Una vez terminado el partido comienza otro, las notas.

«La mayoría de los periodistas son conocidos por los jugadores, comenta Fingermann, tienen afinidad, entonces paran para hablar, salvo que hayan sido derrotados contundentemente. El las notas se busca el testimonio del mas representativo, el que jugo mejor o hizo un gol. Y siempre la palabra del director técnico. La tarea del asistente mientras se realiza la nota, es estar con el jugador de la próxima nota para que no se vaya. De otra manera mientras el periodista realiza una nota, los demás jugadores se escapan por todos lados. Muchas veces pasa que el asistente tiene lista la próxima nota y no hay tiempo para mas, termina la transmisión, entonces se le agradece al jugador por el tiempo perdido y se lo despide».

Una vez que termina el trabajo para la transmisión, el periodista, el asistente de producción y un camarógrafo, van hacia la zona de vestuarios para grabar las notas para Fútbol de Primera.

Una vez terminadas la tarea se junta todo el equipo de producción y se retiran en la combi.

Los asistentes de producción llevan: carpeta para anotaciones, handys – cada uno lleva su handy (correctamente cargado), credencial –para tener acceso a todos los rincones del estadio-. Las credenciales llegan a Torneos en la semana, el productor ejecutivo las reparte entre el equipo de producción, técnica y periodistas.

Además la producción lleva casetes para grabar el partido en el camión, siempre se graban los partidos, por más que sean en vivo. Se graban 2 copias, una para tener el partido entero y otra para hacer el compacto del entretiempo. Además se graba en Canal 13 o en Torneos, según donde llegue la señal.

La producción también lleva las 'caritas' de los jugadores – en formato zip –para que el videografista las capture y las coloque en las placas de las formaciones.

La apertura, ida y vuelta de corte –van por tape -. La música, de back up, porque ya la tiene el sonidista del móvil. Además hay un prologo que se edita en la semana – también va por tape – se usa para presentar el partido.

Todos los partidos quedan archivados en Torneos con relato. Salvo los partidos a una cámara que lo que se archivan son los goles.

Las cámaras portátiles betacam graban media hora, y cada tiempo dura 45 minutos, por eso el productor tiene que cambiar el casete en las jugadas muertas, saque lateral, foul, cuando el juego esta parado. Nunca con el juego en movimiento. Jamás se puede perder la salida de los equipos, ni el comienzo del partido, ni la pitada final del árbitro. Los partidos a una cámara son por lo general en La Plata, Bahía Blanca.

En los partidos de una cámara el productor se ubica al lado de esta. Cuando el arbitro pita el comienzo, el camarógrafo resetea la cámara – el time code arranca de cero - . De esta manera estamos grabando a tiempo de partido. El productor mira constantemente el reloj de la cámara y hace las anotaciones correspondientes. Por ejemplo: Pelote en el palo (20 minutos 30 segundos) o Gol de Estudiantes (35 minutos 15 segundos). Lo que facilita la edición.

En todos los partidos se graban imágenes de color antes de ingresar al estadio. Este material es utilizado en la apertura del programa.

Los casetes de los partidos a una cámara son llevados desde el estadio hasta Torneos o Canal 13, según el horario, en motos. Los motoqueros están con el productor. Cuando finaliza el primer tiempo la moto se lleva los casetes con el color de la previa, mas el primer tiempo. Cuando deja el material en destino regresa a la misma cancha, para ese entonces terminara el partido, y se lleva los casetes con el segundo tiempo y las notas en los vestuarios. Esos casetes tienen que estar muy bien rotulados por el productor y estarán acompañados por las anotaciones correspondientes. Ya sean aclaraciones para el editor, las jugadas más importantes con su reloj, nombre de los jugadores reporteados, etc.

Una vez que se despacha a la moto con todo el material, el productor y el camarógrafo regresan más tranquilos en remis.

La producción se encarga de coordinar toda la movilidad. Combis para el equipo de producción, remises para productores y periodistas y las motos encargadas de llevar el material. Este trabajo se realiza en la semana y se ajusta el mismo día del partido.

### III.II Edición

El proceso de edición (Fig. 13), puede degenerar fácilmente para convertirse en una conmutación rutinaria de planos. Sin embargo, una edición efectuada con habilidad puede ser una aportación vital y



Fig. 13

creativa para la producción. Mediante la edición, se puede crear una suave sucesión de imágenes. Se puede eliminar momentos que no tienen trascendencia, o que pueden ser motivo de distracción, o que tengan errores.

Se puede cortar o alargar la duración de la acción. Desde el punto de vista artístico, el fútbol brinda enormes posibilidades. Las decisiones que se adoptan en lo que a la edición se refiere tienen una gran influencia en la respuesta de la audiencia al material del programa; su interpretación, sus reacciones emocionales.

Para Jaime Barroso García. «Una secuencia de montaje es una serie de planos, de contenido semejante todos, enlazados entre sí mediante el montaje, ya sea por corte o por encadenados, y cuya finalidad es transmitir un sentido de protagonismo, de multitud que coexiste, de presencia dominante.

***Cada plano debe ser claramente diferente, en su encuadre, con respecto a los otros, pues de otra forma parecería un mal corte entre planos muy semejantes de la misma cosa».***

Hernán Bidegain es Productor editor de Fútbol de Primera, tiene 29 años, trabaja en Torneos y Competencias desde el año 1996. Estudio periodismo deportivo en TEA. ***«Escribí para La Prensa, tengo dos mundiales en mi haber, Francia y Corea-Japón. Y hoy soy productor ejecutivo de la señal de Fox».***

En Fútbol de Primera es uno de los productores encargados de editar los tres partidos más importantes. ***«Los domingos estoy en el segundo piso de Canal 13, ahí compaginamos los tres partidos principales, el clásico, el quinto partido – Boca o River de visitante – y el móvil 3 que es tercero en importancia no televisado. Para esta tarea estamos asignados tres productores y nos repartimos los partidos, editamos uno cada uno. Además en el cuarto piso de Canal 13 hay 5 personas más que reciben los coaxiales y editan los partidos más chicos, las polémicas y el show de goles. Para la edición del programa Fútbol de Primera, edición puramente, somos entre 7 u 8 productores. Después hay gente que visualiza el material, que sigue la estadística periodística».***

La edición comienza el domingo mismo a las 10 de la mañana. Se empieza con la edición de los partidos del viernes y del sábado. La edición termina a las 12 de la noche, cuando termina el programa. El domingo a medida que van terminando los partidos se van editando. ***«Cuando estamos ajustados de tiempo, aclara Bidegain, se empiezan a editar los primeros tiempos de los partidos. Un productor mira el primer tiempo, cuando este termina va a editarlo y lo reemplaza otro productor que hace los mismo con el segundo tiempo.***

Se edita una parte en Torneos –Balcarce 510 – y otra en Canal 13. Todo lo que es filmico se edita en Torneos. En Torneos editamos de 10 a 14 hs y a partir de esa hora ya tenemos isla de edición en Canal 13".

Canal 13 tiene un formato que se llama D2, que son betas digitales, lo tienen en Canal 13 y en Canal 9 nada más. Las ventajas que tienen es que son rápidos para editar, y tienen muy buena calidad. Lo negativo debido al tamaño de los mismos, es que son muy incómodas para almacenar, para archivar. Pero tienen calidad beta digital.

Las islas de edición están compuestas por 3 máquinas, 2 play back y una record. Consola de audio y switcher.

Hay 3 islas IPS (Integral Post producción Sistem), que son un sistema integrado de edición de Sony con Grass Valley. Las máquinas son Sony y el sistema integrado Grass Valley. En un solo equipo está el controlador de edición, el switcher de edición, una consola de audio para edición también Grass Valley. Es lineal. Esos centros editores son compatibles para trabajar con D2, Digibeta o Beta SP. Admite cualquier formato.

También hay otras 6 islas más, que están en el 4 piso, que son del noticiero. Esas islas son Betacam SP. Son islas por corte, no permiten hacer fundidos, ni efectos.

En las IPS se editan los compactos de los partidos, para ponerle gráfica y efectos. En las del 4 piso realizan el achique de los partidos, por ejemplo.

«Somos todos periodistas que trabajamos de productores, el criterio de edición de cada partido es nuestro. Obviamente tienen prioridad River y Boca, te lo demuestra el rating. Se va armando el mismo domingo».

El material llega por enlace y satelital. Las canchas de capital tienen todas conexión vía fibra óptica con el edificio de Torneos en Balcarce 510, de ahí la envían a canal 13.

Los partidos jugados el viernes y el sábado están grabados en Torneos. ***«Cuando llegamos el domingo a las 10 hs, aclara Bidegain, los sacamos del archivo y los editamos. Los partidos de esos días tienen una complicación, porque aunque los goles no se hayan visto el partido es viejo, tiene 2 días».***

Para editar los tres partidos principales son tres productores, Hernán Bidegain, Hernán González y Pablo Noguera. ***«Nos dividimos el trabajo entre nosotros, por lo general editamos un tiempo cada uno, porque se tarda en editar el primer tiempo lo que tarda en jugarse el segundo».***

Para Bidegain, uno de los secretos de la televisión es no dar nada por supuesto. ***«Cuando edito estoy bajando línea automáticamente, si pongo una bandera 'Pellegrini ladrón', no es fruto de la casuali-***

**dad, estoy editorializando. Algunos lo hacen gritando y otros con sutilezas. Si yo pongo una bandera cada dos minutos 'Andate Cappa', te estoy bajando línea».**

Lo que se corre cada domingo, la gente no se da cuenta, no sale al aire, esa es la principal obsesión de todo el equipo de editores.

«Siempre hay secretos, si pongo 5 minutos de intrascendencia la gente cambia de canal. Se busca que siempre haya alguna jugada de riesgo, una patada, o datos periodísticos – 5 amarillas – o un cambio que influye en el resultado del partido o sea esperado, sino no van los cambios. Cuando edito un partido busco te tenga algún atractivo.

Cuando jugaron Boca – Chacarita el torneo pasado, el partido estuvo detenido 50 minutos. Nosotros lo hicimos en 5'. Resumimos ese tiempo y mostramos todo lo que paso, policías golpeando gente, el referí suspendiendo el partido, etc.».

### III.III Dirección

La función del director de TV (Fig. 14), puede variar considerablemente en las organizaciones según el tamaño y tipo de producción. Hay directores que depositan su confianza en profesionales especializados del equipo de producción, para que sean estos los que aporten los tratamientos de escenografía (decorados, iluminación, sonido, trabajos de cámara). Los directores se concentran en la dirección de actores y la selección de tomas.

Para Millerson, *«Dentro del amplio espectro de producción de televisión hay lugar para todos los niveles de especialización. Como otros profesionales del medio, los directores se han especializado en la labor que les corresponde desarrollar. Las personas con especiales aptitudes para la producción dramática probablemente carecería de la rápida intuición de un buen director de programas de deportes: una capacidad casi clarividente para prever la acción que va a tener lugar, y para aprovechar instantáneamente las oportunidades que se le presentan de efectuar tomas interesantes. Por el contrario, una persona especializada en deportes estaría perdida en el mundo del drama».*

Fuera del estudio las producciones son de una amplia variedad: desde el rodaje de vida salvaje con una sola cámara, a la producción en exteriores a gran escala, con cobertura de una amplia área con muchas cámaras. Es inevitable que surjan problemas imprevistos, y las limitaciones impuestas por el entorno y las condiciones atmosféricas influyen en la capacidad de acción del director.

El director es el responsable de la interpretación y escenificación de la producción. Esto también comprende el asesoramiento, guía y coordinación del personal especializado del equipo de producción (escenografía, iluminación, sonido, cámara, vestuario, etc.), y la aprobación de los tratamientos a emplear. Para Millerson, *«El director hará la concepción y planificación del tratamiento de cámara (planos, movimientos) y del montaje».*

El Director Cristian Fernández, trabaja en Torneos desde el año 1990, comenzó en una productora que tenía Torneos, SVK TV. En ese momento Torneos era una pequeña empresa que absorbió a SVK. *«Yo empecé editando, luego me fue gustando la función de camarógrafo, y a medida que editaba hacia cámara en los partidos importantes, en el clásico, en los codificados de los viernes. Después de hacer cámara durante 2 años, me empecé a meter en dirección, cuando le tome la mano deje la edición y comencé a dirigir desde el año '94. Y acá estoy haciendo Fútbol de Primera, clásicos, partidos del sábado, eliminatorias y todo lo que es programación de Fox Sports».*

En Fútbol de Primera hace el clásico de los domingos, con Macaya y Araujo.

Cuando termina el partido arma las polémicas, si las hay en la cancha. Todo lo que pueda ayudar para el programa, desde el armado de polémicas, repeticiones que no salieron en el momento del vivo, para aportar y enriquecer el programa.

*«Termino 19 o 19:30 hs. Y me voy a Canal 13 para armar Fútbol de Primera. Armar es una forma de decir, cuando yo llego esta todo armado, la producción se encarga de editar los partidos, es muy poco lo que yo pueda controlar. Pero cuando llego corroboro que la escenografía este armada donde tiene que estar, que no haya ningún problema técnico, que la iluminación este bien, que las cámaras estén preparadas para salir al aire, fijarme que en el control este todo en condiciones (Fig. 15), chequear todas las maquinas que llegan a mi switcher, por donde vienen los play back de los partidos».*



Fig. 14



Fig. 15

En la transmisión de los partidos la cantidad de cámaras va acorde a la importancia de los mismos. Por ejemplo un River – Boca no lleva menos de 15 cámaras. Se colocan un carro desde la línea 18 hasta el corner, 2 grúas detrás de cada arco, esto depende mucho de la cancha que toque, y las facilidades que te da la misma. Por ejemplo, carro y grúa, en cancha de River, en Boca no se puede, por las dimensiones del estadio. Mejor dicho el carro si se podría colocar en la cancha de Boca, pero la gente que esta atrás no puede ver bien, la intención es molestar lo menos posible al público.

La cancha de River es la que brinda las mayores posibilidades de poner todo, carro, grúas, cámaras en ángulos invertidos, para ver la jugada desde otra perspectiva.

«La cámara 1 (Fig. 16), es la principal del partido, describe Fernández, es la que mayor tiempo esta ponchada, es la que ve la jugada desde el centro del campo, ubicada arriba en la platea.

La cámara 2 (Fig. 16), se encuentra ubicada al lado de la 1 y se usa para planos cortos, para ver los detalles del juego, los gestos de los jugadores. El plano de esta cámara es muy similar al de la cámara 3, que esta ubicada en el centro del campo de juego al ras del piso (Fig. 17). Las cámaras que usamos son digitales y tienen un lente 55 con duplicador. Es un lente largo que te permite por ejemplo en cancha de River, 'apretar' a un jugador cara completa».

También varía si el partido se juega de día o de noche. Porque las luces de los estadios no son muy buenas, se corre el riesgo de comprometer al camarógrafo ante el pedido de zoom, ya que por la mala iluminación la cámara se le va de foco. Cuando es de día se simplifica.

«Las cámaras 4 y 5 están ubicadas entre la cámara 3 y el banderín del corner, continúa Fernández, una de cada lado. En la cámara 4 se ubica el carro. Las cámaras 8 y 9 están ubicadas en la platea, una de cada lado de las cámaras 1 y 2. Las mismas son utilizadas durante el juego únicamente para ver las posiciones adelantadas –offside-. Fuera del partido se utilizan para dar planos de tribunas que enriquecen la transmisión.

Las cámaras 6 y 7 están montadas sobre las grúas. Las mismas están ubicadas justo detrás de los arcos en el campo de juego.

Las cámaras 10 y 11 son las cabeceras ubicadas detrás de los arcos en las tribunas populares, son el punto más alto de la cancha.

La cámara 12 se ubica justo enfrente de la 3. La misma se encuentra en el centro del campo de juego al ras del piso. Es utilizada para mostrar los bancos de suplentes y al Director Técnico únicamente.

La cámara 13 es la Súper Slow, que es un equipo que tiene Torneos y Competencias. La misma repite las jugadas en súper slow, lo que permite tener una calidad de imagen distinta a la de las demás cámaras, graba mas cantidad de cuadros que una maquina normal, el doble, entonces el slow es mucho mas fluido y mucho mas notorio, por ejemplo en el gesto de los jugadores.

Las cámaras 14 y 15, se ubican justo enfrente de las cámaras 4 y 5, y son utilizadas para los ángulos invertidos.

Las cámaras 16 y 17 son fijas, están justo a la par de la línea del arco, pegadas al banderín del corner. Las mismas son utilizadas únicamente para demostrar si una pelota entro al arco o no. No se ven los dos palos se ve uno solo.

***Todo esto tengo para ponchar. El tener tantas cámaras te da la posibilidad de mostrar mas cosas».***

El director conoce muy bien que posibilidades le da cada cancha.

«Yo tengo un canchita dibujada (ver anexo), la lleno con la cantidad de cámaras y sus posiciones, asignándole un número a cada una. Una vez hecho el dibujo la envié por fax a Canal 13, lo recibe el jefe técnico y lo arman de esa manera».

Hay muchos factores que juegan en la transmisión, puede pasar que el camarógrafo se pierda algo, que una máquina que graba se descomponga, que en un día de sol el operador de video no cierre el diafragma a tiempo y la imagen se vea fea, quemada. Pero todos las críticas caen sobre el director, son las reglas del juego.

«Las cámaras del Móvil 1 de Canal 13, son cámaras grandes, de estudio. Son marca Ikegami. Utilizamos tres lentes largos de 55 X, en las cámaras 2, 3 y 5. En la cámara 1 no, porque es plano general y en la 4 tampoco porque al estar montada en el carro, el lente le agregaría peso y limitaría un buen desplazamiento».

En el móvil hay 8 maquinas para repeticiones. Tres en disco rígido que graba siempre, no para. Los operadores de tape tienen una botonera que les permite rutear de acuerdo para que lado atacan, en donde pueden seleccionar que cámara grabar.



Fig. 16

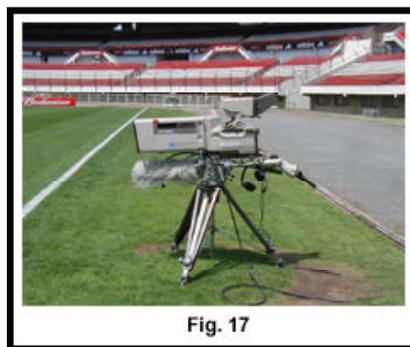


Fig. 17

El disco rígido tiene la ventaja que graba siempre, incluso cuando una repetición esta en el aire. En cambio la cinta la tenés que parar, rebobinar y haces la repetición, si hay una jugada pegada no la tenes, te la perdes. En el disco es distinto sigue grabando, es mas seguro para el director y para la transmisión. **«Lo peor que puede haber en un partido es que te pierdas algo, por ejemplo una posición adelantada, porque puede ser polémica, terminar en gol. Es por eso que en el disco grabamos las dos cámaras de las áreas, 8 y 9, se esa manera estamos cubiertos».**

Además de las 3 repeticiones por disco, tienen 5 más que son en cinta. Las mismas se graban en máquinas betacam digital.

«Al switcher (Fig. 18), me llegan las señales de las 17 cámaras, más las 8 repeticiones. Tengo para entretenerme, no me puedo quejar. Tengo 25 señales para ponchar».

Todo lo que sea comerciales, insert, sobreimpresos, se colocan desde un control en Canal 13, no va desde el móvil.

«Los monitores que tengo para ver delante de mí son, 17 para cada una de las cámaras, 8 para cada una de las repeticiones, 2 del previo del switcher, 2 de previo de aire, 1 para la grafica, y algún monitor que me llegue la señal de vuelta de lo que yo estoy generando» (Fig. 19).

El director no podría estar en el móvil sin el productor al lado, ni el productor sin el director. Es un trabajo en equipo.

«En el programa el director no tiene tanta exigencia como en un partido en vivo. El piso con los dos conductores – Macaya Marquez y Araujo – se graba a las 21:00 x. Como es el unico piso que tenemos, queremos que salga perfecto, por eso lo grabamos. Contamos con dos cámaras montadas en grúas, y una tercera de backup, o bien para algún invitado que no es lo normal.

Después ya viene todo el programa armado, todos los partidos editados. Todo me viene por distintas maquinas de tape, la apertura, los pisos grabados, los compactos de los partidos, las polémicas, los comerciales, todo. Yo lo que hago es ir pegando de máquina a máquina. Por la comunicación interna me dicen en que máquina esta el próximo material y yo lo poncho.

En el control de Canal 13 aparte de la señal de las 2 cámaras, me llegan al switcher 4 maquinas, 4 play back. Dos digitales y 2 betas.

Además me llega una señal externa, una fibra óptica, un vínculo que hay entre Canal 13 y Torneos y Competencias en la calle Balcarce. De ahí mandan las aperturas o cierres de bloque, los fílmicos, es todo lo que hace Marcelo Domizzi. Es una comunicación punto a punto. El switcher master de Canal 13 me canta 'faltan 10 segundos para venir del corte' y yo les digo faltan 10 segundos a la gente de Torneos, luego les digo larguen y ellos salen al aire desde allá».

El trabajo del director en el programa es grabar el piso previo y pegar las maquinas de tape.

Anécdota: *«Tuve un problema muy grande en la cancha de Boca, era final de la Copa Libertadores. Teníamos 10 cámaras, de repente se largo una lluvia infernal, y me quede con 1 cámara del área y 2 del campo las demás no funcionaban, se descompusieron, absolutamente todas, y las que me quedaban tenían todo el lente mojado, no se veía nada. Fue terrible pero tena que salir. Encima la gente de PSN, desde Miami, nos decían limpien bien los lentes, eso nos ponía mas nerviosos, es lo que hacemos siempre. Si la lente de la cámara 1 esta mojada, le digo al cámara 2 que haga el plano de la 1, se limpia el lente y nos normalizamos. Nos decían que limpiemos bien los lentes, si yo lo que mas quiero es que se vea.»*

Arranco el partido se largo una lluvia terrible, nunca pensé que me iba a pasar eso, fue un parto. Termine con una cámara mostrando un lado y el otro, la verdad eso me quedo grabado».

### III.IV Departamento Creativo y Arte

Para comprender la enorme cabida que se le da al arte y a la creatividad en el programa basta con ver los primeros minutos de cada emisión. La apertura única e irrepetible realizada especialmente para cada capítulo, nos sumerge en un resumen perfecto de toda la fecha de fútbol.

Marcelo Domizzi es el Director Creativo de Fútbol de Primera. Tiene 39 años. Estudio cine en la Universidad de Avellaneda, cine documental. **«En el año 1984 entré como asistente de producción en el área de deportes en ATC. Estuve 9 años en ATC. En 1985 empezó Fútbol de Primera en ese canal. Estuve desde el comienzo del programa, desde el primero, pero trabajando para ATC».**



Fig. 18



Fig. 19

En 1993 lo llamaron para trabajar en Torneos y Competencias, hizo la carrera desde abajo, asistente de producción, productor, productor ejecutivo y ahora es Director Creativo. Coordina en general todo lo que sale de Torneos. Todo lo que respecta al packaging del programa, música, escenografía, gráfica.

**«Los domingos trabajamos en el edificio de Torneos, en Balcarce 510. Junto con un productor que tengo a cargo, visualizamos todo el material que nos traen las cámaras portátiles que van a todos los partidos. Hacen un trabajo documental, la calle, viendo lo que pasa, generalmente salen sin consigna. Con ese material que nos llega que son aproximadamente 15 minutos previos al partido, lo visualizamos y con eso hago la primer parte de la apertura. La segunda parte consiste en lo más llamativo del juego, tratando de no dar indicio de resultados, sin mostrar goles, a veces se nota por los festejos pero no sabes el resultado final».**

El productor, Gabriel Guizetti, vuelca lo que previamente parece que puede servir, que son entre 2 y 3 minutos por partido, primer plano con gestos de los jugadores, pelotas en los palos, insultos, jugadas llamativas, si entra un perro, patadas, caños.

«La apertura siempre trata de ser atrapante, continúa diciendo Domizzi, para el que la ve y siempre dirigida hacia el lado no se si cómico, pero si viendo el folklore tan rico que hay en las canchas, tratando de buscar la ironía».

La apertura llega siempre al límite, 21:30 o 21:45 hs.

El día domingo salen dos equipos con filmico, siempre se eligen los dos partidos mas importantes. El filmico va con una consigna si o si. Hay una de las dos cámaras de filmico que es súper 16 mm, que lleva sonido, que se graba aparte. La ventaja del filmico es la calidad visual impresionante que se obtiene, la cámara lenta única que puede desarrollar una cámara filmica, es una cámara lenta de 150 cuadros por segundo. El normal de las cámaras de video es de 25 cuadros, esto es 6 veces más, pero filma a esa velocidad. La desventaja es que necesita revelado, como una fotografía y el sonido viene aparte. Además cada lata, que son costosas, tiene 10 minutos. Por partido se llevan 4 latas, o sea que hay 40 minutos por partido.

La cámara filmica hace la calle y en el estadio se ubica en la mitad del campo. Es un equipo que va a hacer eso solo.

«La consigna para la calle, agrega Domizzi, puede ser una pregunta, algo del partido – la vuelta de Salas o de Bilardo, en Estudiantes – o bien que no tenga nada que ver con el partido, política o social. Trato de tener la música elegida antes, la música de cada segmento, apertura, filmico, la decido yo. Siempre tiene que ver con el tema de la consigna elegida, sin ser obvios, tiene que ser una sutileza. Por ejemplo: jugaban los mellizos Guillermo y Gustavo Barros Schelotto por primera vez enfrentados, la consigna fue buscar mellizos por la calle o hermanos parecidos. La música para esa consigna fue «extraña pareja».

El filmico del cierre se hace con los segundos tiempos de los dos partidos mezclados.

Los separadores músicos, se filman el año anterior, diciembre, enero, febrero. **«Trato de elegir la música que me gusta a mí, aclara Domizzi, obviamente argentina porque el programa es del fútbol de acá. Esto tuvo su evolución, además de hacer una pastilla de 30 segundos, se pidió hacer temas largos para el año 2003. Se hace una especie de clip, se mezcla al músico con las imágenes del juego. Por ejemplo: algo bien pintoresco, juega Quilmas, se busca un tango, o juegan Racing – Boca que se odian, ponemos Catupecu Machu, que es mas potente».**

Estas grabaciones de músicos, empezaron siendo play back y terminaron siendo en vivo, fue un avance. Se hacen en filmico con una cámara y la música es toda en vivo, es un esfuerzo.

Los separadores de los jugadores **«Esto no es fútbol, es fútbol de primera»**, hacen sentir a la gente que el programa es de los jugadores, y esa es la intención. Eso fue bastante copiado, el mismo Canal 13 lo hizo realizando el 'estas en casa viendo...', sirve para enganchar a la gente. Los músicos y los jugadores están filmados con anterioridad, con el riesgo que esto acarrea, transferencias, lesiones – por ejemplo, D'alessandro, Saja, Manso -.

«La apertura del programa propiamente dicha, que es la que va antes de la que hago yo, la tuvimos que ir modificando por estos motivos. Esta apertura la codirigí con Leo Aramburu, que es el Jefe de Gráfica y Director de Arte. Para su realización contábamos con dos semanas de rodaje, la terminamos en 10 días. Los productores de Torneos fueron a buscar a los jugadores, quienes accedieron sin cobrar nada. Venían 2 jugadores por equipo, filmábamos entre 6 y 8 jugadores por día. Primero se filmaban todas las frases y luego diferentes momentos del juego. Todo se hacia muy rápido, por ejemplo, Guillermo Barros Schelotto, dijo su frase, hizo un caño y se fue, estuvo media hora. En la apertura de este año 2003, no hay croma, a diferencia de la del año pasado que fue todo con verde. Esta es real, el piso es celeste, la diferencia es que se le agrega gráfica en movimiento. No hay croma, salvo en el truco final, que patean las pelotas hacia fuera y lo que se ve es croma».

Todo tuvo una evolución a través del tiempo, siempre se trato de seguir una línea.

La escenografía es absolutamente real, muy económica este año. La realizó el escenógrafo Juan Blas Dobertti. Es un fondo negro, los periodistas se ubican en una caja blanca con algunas líneas. Hay 4 pantallas reales, no hay ningún tipo de croma. En el piso esta ubicada una pantalla que es alimentada por el proyector que cuelga de la parrilla de iluminación. No hay nada virtual en la escenografía.

Para Millerson: Retro-proyección: **«La cámara toma la acción contra una pantalla translúcida de plástico mate, mientras se proyecta una película o una diapositiva sobre su cara posterior. La retro-proyección sigue teniendo algunas aplicaciones útiles en los estudios de TV. Además de utilizarse para la propia proyección posterior de imágenes, la pantalla transparente se puede emplear para mostrar siluetas, sombras o efectos de figuras».**

Proyección frontal: **Podemos proyectar imágenes fijas o en movimiento directamente sobre un fondo de tono claro o, incluso, sobre la acción, para obtener efectos decorativos o escénicos.**

Proyección reflex: **En este sistema el fondo se proyecta directamente a los largo del eje del objetivo de la cámara de TV por medio de un espejo con medio baño de plata, sobre una pantalla especial de fondo. El secreto esta en esta superficie altamente direccional, compuesta por millones de placas de cristal diminutas, cada una de las cuales refleja, aproximadamente, el 92 % del fondo de la imagen proyecta sobre la cámara.**

La diferencia esta en la puesta de cámara, antes siempre comenzaban de la misma manera, empezaba hablando Macaya en el plano general y se cortaba al plano corto. Ahora es diferente comienza Macaya y en la misma toma habla Araujo, son 2 grúas. La escenografía siempre se busco en función del programa, se trata de que se una más con la gráfica.

Los títulos de apertura son con gráfica, cuando piden los títulos del programa –con los músicos tocando-, tienen un trabajo gráfico similar a las ventas de final de bloque ‘lo que viene’. A esas ventas, que son generadas por tape, se le agrega la gráfica y el off de los periodistas es en vivo.

También cuentan en el área de gráfica con las formaciones de los equipos, las apertura de bloque, los jugadores en la grilla que están haciendo precalentamiento todos juntos, eso es trabajo de gráfica, el cual es terminado en 3 D. Además tienen las estadísticas, tabla de posiciones, resultados, próxima fecha, descensos, que son una gráfica mas común.

«Mi maquina, confiesa Domizzi, esta conectada directamente al aire, hago el play back desde Torneos, en Balcarce 510. En el control de Canal 13 el director nos poncha, y sale al aire lo que acabamos de armar. Desde Torneos salen la apertura, las aperturas de bloque y el final. Son 5 o 6 partes que se arman en Torneos y se emiten directamente desde Balcarce».

Fútbol de Primera es el único programa en el mundo que hace fílmico de la fecha del mismo día. Los otros antecedentes de fílmico que hay son la NFL y la NBA en los Estados Unidos. Pero ambos filman y después muestran las imágenes durante la semana, el mismo día nadie.

«No quiero decir nada especial con esto, pero si que en Argentina, que teóricamente somos tercer o cuarto mundo, estar haciendo algunas cosas como las hacemos creo que es muy meritorio. Marcelo Domizzi».

### III.V Técnica

Todas las ideas, proyectos, sueños y vuelos artísticos, no serían posibles de llevar a la pantalla sin un equipo de técnicos tan aceitados y eficientes como los mismísimos técnicos de cualquier plantel del fútbol mundial. Ellos son los encargados de concretar lo que los artistas imaginan en sus mentes. La realización de Fútbol de Primera demanda de un equipo súper profesional y abocado a tareas específicas.

### III.V.I Video

Bruno Anatoreto y Héctor Souto, son encargados de mantenimiento electrónico de video y mantenimiento de audio respectivamente, su experiencia se transmite en cada decisión y medida, **«se han llegado a poner 17 cámaras para un partido entre Boca y River. Pero en forma fija se tienen 12 cámaras, es flexible. Las cámaras son marca Ikegami, son de las grandes, de estudio. Se pueden agregar 4 más de las chicas, Sony 637. Las cámaras son todas analógicas, pero tienen salida a digital. Pero la cámara en sí es analógica, Ikegami modelo HK 377.**

Según el manual tiene 800 líneas, pero realmente lo que es el SVC (señal de video compuesto) tiene 630 mil píxeles. Son cámaras que ya tienen 10 años».

Los cables son Triax, un móvil mas económico puede tener cables multipines – cada cable tiene varios cables adentro-. Hoy en día por practicidad, por rapidez de montaje, tienen que ser cámaras con adaptadores triaxiales, o sea que abastecen todo con un único coaxil. Los cables mas largos son de 300 metros, pero se pueden empalmar y alcanzar los 600 metros sin ningún problema, la cámara lo soporta. Pero en las canchas más de 300 metros no se utilizan, ya que por practicidad se busca una buena ubicación del móvil,

además eso también insume costos. Incluso ya están fijadas las tomas de energía para conectar el móvil apenas se llega a los estadios.

«El switcher tiene 24 entradas con 2 barras de efectos completas, para hacer doble key cada una. Tiene banco de memoria. Por ejemplo: DVSTREAM, hace la vuelta de página para las repeticiones. Cuando da vuelta el efecto tiene una maquina, y cuando sale tiene la cámara que selecciona el director para seguir. Las cámaras poseen lentes canon J20. Además las cámaras vienen todas con trípode. Los demás accesorios los alquilan Torneos y Competencias».

El camarógrafo Antonio Iglesias, es uno de los más experimentados profesionales del medio, esta a cargo de la cámara 1 en las transmisiones de «Fútbol de Primera», **«comencé en viejo canal 7, en el año '69. Estuve tres años como asistente de cámara, las primeras cámaras que llegaron de experimentación a la argentina, eran General Electric, Marconi. El ayudante de cámara tenía que estar a un metro y medio del camarógrafo y con el cable en la mano, ahora cambio todo. Yo hago la cámara 1. Tengo que estar atento los 90 minutos, no te puedes descuidar un segundo. Si se te va la pelota de cuadro o te perdiste un gol es imperdonable en la cámara 1. Una vez en cancha de Velez me perdí un gol, para Canal 13, un campeonato sub 20 (jugaba Lalo Maradona), rechazo un defensor yo paneo, la pelota le rebota en la espalda a un compañero y entro, no pude volver con la cámara».**

El dialogo con el director es mínimo 'abri', 'apreta'. La cámara 1 es la salida que tiene el director para cubrirse. Cualquier problema que tenga, poncha la 1, sabe que ahí esta la pelota. Por eso tiene que estar los 90 minutos atento.

«Cuando llego me fijo en como esta armada la cámara, la armo previamente en ayudante. Como esta el soporte, trípode, que no tenga una pata caída, para que el arco no te quede en fuga. O si tenés la cancha en declive. Luego hago foco en un arco y sabes que lo vas a tener en el otro también».

La cámara 2 del programa esta a cargo de Ariel Paradiso, quien se desempeña free lance para Torneos y Competencias, **«soy camarógrafo hace 18 años. Cuando era ayudante de cámara armábamos las canchas, un trabajo bastante complicado. Son muchos metros de cable. Para el armado de cámaras utilizamos 1500 metros de cable en total. Si el partido era a las 15 hs el móvil llega a las 7 de la mañana. Para arma se tarda entre 2 y 3 horas. El desarme es mucho más rápido, una hora».**

La cámara 2, es la que lleva al protagonista. Todo el tiempo al protagonista. El plano de esta cámara es el jugador entero con la pelota. Esta cámara esta ubicada en el centro de la cancha, arriba en la platea, pegada a la cámara 1.

«Siempre da el plano del jugador que lleva la pelota, si un rival lo marca se incorpora al plano y son 2 jugadores, mas no. Actualmente los directores de Torneos piden que lo hagamos así. Hace 6 o 7 años la cámara dos llevaba de 4 a 6 jugadores».

Siempre tiene que estar con el protagonista. Si el jugador convirtió un gol se puede pasar de plano entero a plano medio o primer plano. Debe ser muy rápida. El protagonista cambia constantemente por el juego, una amarilla, expulsión, el árbitro, un cambio. Es la cámara que más atención necesita. La cámara 3 es un poco más suelta, esta mas libre puede dar los planos con tu criterio.

«Siempre hay que anticiparse a la jugada, porque el fútbol es muy rápido. Yo tengo que llegar antes que la pelota al jugador. Si hacen una pared yo tengo que panean antes que la pelota llegue al jugador. Hay que saber de fútbol».

Lo mejor para hacer la cámara 2, recomienda Paradiso, es sacar la cabeza por afuera del viewfinder. **«Cuando dan el pase sacas la cabeza, miras adonde va a caer la pelota. Ahí volvés a viewfinder y lo localizas. Si no sacas la cabeza no puedes, son dos movimientos».**

Hay que tener en cuenta que cuando clavamos la cámara, tenes que hacer foco. Movimiento de cámara y foco, todo al mismo tiempo. No es fácil, lo aprendes con el tiempo. Son movimientos muy bruscos, estas todo el tiempo zigzagueando con la cámara. Vas buscando la pelota todo el tiempo».

Otro secreto de sus secretos es mirar la pelota y no al jugador. **«Porque si el jugador te hace un amague o un enganche, te lo comes vos y panean, haces una barrida».**

La cámara 3 tiene al protagonista en defensa y la cámara 2 al protagonista en ataque. La tres se ocupa de la defensa y del arquee, da muchos planos del arquero, por eso es un poco mas fácil.

La cámara 2 tiene al protagonista tanto en defensa como en ataque. Si hay una infracción fuerte el protagonista pasa a ser al defensor, por tarjeta amarilla o roja. En ese caso el director decide, dame con el jugador que esta tirado, o con el que dio la patada o con el referí.

El camarógrafo trabaja mucho con el retorno de la cámara, el externo. Es un botoncito que esta debajo del zoom. Ese botón le permite ver que cámara esta saliendo al aire. Si el camarógrafo ve que la cámara 3 tiene al defensor, la cámara 2 instantáneamente busca al delantero. No pueden dos cámaras dar el mismo plano.

«Siempre te guías por el externo. El director no pide mucho los planos, salvo algo puntual. Por ejemplo si los periodistas están hablando que el Beto Acosta cumple 37 años, te pide el plano del jugador. Además los camarógrafos tenemos retorno del relato, entonces nos anticipamos a los periodistas».

Para el camarógrafo Claudio Rodolico, encargado de la cámara 4, mantener la concentración durante toda la transmisión es clave. **«Comencé a hacer fútbol cuando el programa Fútbol de Primera estaba en Canal 9. No era el programa que esta ahora en Canal 13, ahora hay más tecnología, más cámaras. Antes el clásico se cubría con 3 cámaras, y a los partidos más importantes iba una cámara. No se cubrían todos los partidos».**

En Canal 13 comenzó con un carro de travelling en el piso. En la escenografía anterior a la actual con la cámara 2 se hacia la apertura del programa. Había 3 cámaras y 1 grúa. La cámara 2 estaba montada sobre un carro, era la que hacia él. Se hacia la apertura, una entrada a mitad de programa y el cierre, todo en vivo. No como ahora que graban la apertura y luego cierran en vivo.

«En las transmisiones de los partidos hago siempre la cámara 4, que esta montada sobre un carro. Se utiliza solo en los partidos importantes, clásicos, partidos de selección. Por lo general hago la cancha de River o San Lorenzo. En Boca es imposible poner carro, no hay lugar.

El carro se coloca al costado de la cancha, y es utilizada cuando la jugada viene sobre ese lado, cuando el jugador viene pagado a la línea, cuando se utiliza ese carril. También es muy utilizada cuando se ejecutan los tiros de esquina de ese extremo».

Para el armado del carro hay que ir con mucha anterioridad, si no se llena de gente y se cierran los accesos. Si el partido es a las 16 hs, se llega a la mañana, para tener todo armado al mediodía.

Para el carro se necesitan un camarógrafo que va arriba en el banquito y un ayudante que hace el movimiento del travelín.

Las vías son dos caños redondos que van encastrados en los extremos y cerrados por unos tensores. Tiene 70 cm. de ancho entre caño y caño. Las ruedas son cóncavas y van apoyadas sobre las vías. Las vías pueden ser curvas o rectas.

Las vías miden 30 metros, se colocan en los últimos 30 metros del campo.

Sobre el carro se coloca una cámara portátil, no de estudio ya que no soportaría el peso. Esta cámara tiene un visor grande coma las cámaras de estudio pero el lente es mas chico.

La cámara va con un trípode normal Winter, Manfrotto.

«Lo lindo de esta cámara es ver cuando se realiza el travelín paralelo al jugador que corre, con un plano no tan cerrado para ver la referencia del césped. Hay que correr a la par del jugador, pero queda muy lindo, es una imagen hermosa».

Es tan importante el trabajo del camarógrafo como el del ayudante que realiza el travelín. Tiene que estar atento al juego, anticiparse al pase, leer la jugada. Cuando el jugador recibe la pelota la cámara ya tiene que estar en movimiento.

La cámara de televisión consta de: La cabeza de cámara, objetivo zoom, tubos de cámara, visor, cable de cámara que envía la energía y señales a la cámara, y el video resultante a la unidad de control de cámara (Fig. 20).

El cabezal de cámara. Permite que la cabeza de cámara pueda moverse vertical u horizontalmente de manera suave. El soporte de cámara. Puede tener varias formas: un soporte de pinzas, de un solo pie, trípode, pedestal, grúa.

La cámara estándar de estudio es bastante pesada, ya que lleva acoplados un objetivo zoom de gran tamaño y un amplio visor para conseguir un rendimiento optimo. Cada una de las cámaras es conectada mediante un cable, por vía de un enchufe de pared del estudio, a una unidad de control de cámara (CCU) accionada por corriente alterna (red principal) localizada fuera del estudio. Allí se hace una continua comprobación y control de calidad de imagen por un operador.

Willy Testa (Jefe técnico, Canal 13): **«Para el programa Fútbol de Primera, utilizamos 3 cámaras, de las cuales 2 están montadas en grúa. La grúa tiene un sistema que se llama DUCH, que permite girar la cámara unos 60 grados sobre su eje horizontal».**

El switcher es marca Grass Valley 4000. Tiene posibilidades analógicas y digitales. Las cámaras entran al switcher en digital y las maquinas de tape en analógico en componentes para mantener calidad.

Siempre el fin del eslabón, cuando se manda al aire, termina en analógico.

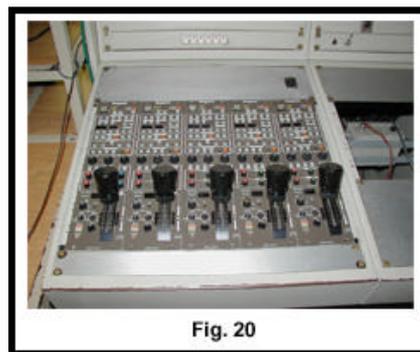


Fig. 20

Para realizar las conexiones de todo el móvil se utiliza matriz y match. Las dos cosas. Para audio se utiliza todo por patchera (Fig. 21).

Hay 2 matrices digitales chicas de 10 x 1. Pero el ruteo mas grande es en analógico 32 x 32. Si hay un eventual se utiliza la patchera.

Para el sistema de comunicación interna en el móvil se usa una matriz, RTS TELEX, hasta 50 ports. Los puestos de comunicación van desde un key panel. Tienen la posibilidad de hablar, escuchar, escribir los nombres de los destinos, puedes leerlo.

Las otras interfaces que hay son vía dos hilos, por un mismo cable va y vuelve la transmisión y recepción, para coordinar por lo general con asistentes de producción o microfonistas.

El 4 hilos es para coordinar con el mundo exterior, ya sea con el canal, con la planta transmisora, con la productora, control central de Canal 13. Es un par telefónico independiente, uno que va y otro que vuelve, dos pares que van y dos que regresan.

El 2 hilos es importante porque hace el enlace entre cancha y cancha vía celular.

El director tiene comunicación con todos los puestos, productor, sonidista, tape, camarógrafos, con los periodistas en la cabina.

**«En la cabina de transmisión tenemos un equipo para los periodistas que es auricular y micrófono, HEADSET. Este equipo les permite relatar el partido y escuchar el retorno y las ordenes provenientes del camión».**

El operador de video selecciona y con los remotos va ajustando las cámaras a medida que se va presentando la situación. Trabaja mucho cuando baja el sol y cambian los grados de colorimetría.

Hay un minipuesto en donde se ubica el jefe técnico, para chequear las señales. La Base Station o CCU de las cámaras, que son los controles de las cámaras, la unidad de control.

La cámara esta compuesta de una cabeza de cámara, que esta ubicada en el evento, conectada a un triax, triaxial, que se conecta a la otra parte de la electrónica para poder controlar la cámara. Las cámaras profesionales grandes, generalmente tienen dos partes, la cabeza y un control.

Para el Operador de Video Fernando Muns, la concentración y dedicación son claves en su trabajo, **«lo máximo que hice fueron 15 cámaras, en cancha de Boca, que es una de las más complicadas porque tiene sol y sombra, a las 15:30 hs. Hay canchas que son más complicadas que otras, varía mucho si es de día o de noche».**

Hay canchas muy mal iluminadas. Lo que resulta muy complicado para trabajar.

Tengo que poner todas las cámaras en ganancia, eso te origina mayor ruido y menor calidad de imagen. Yo tengo que cuidar eso, la imagen».

Normalmente en las canchas no hay para hacer blanco. Ya tienen los parámetros con los que quieren trabajar, a medida que hacen varios partidos, ya saben que color quieren, que parámetros buscan.

«Si uno da una buena calidad de imagen, un buen color, te van a llamar siempre para trabajar».

Además de la imagen y el color tenes que cuidar al camarógrafo, yo trabajo mucho cuidando al cámara. Hay que pensar en el camarógrafo, porque si su trabajo sale bien voy a tener mejor calidad., la salida al aire va a ser mas limpia».

En el fútbol hay muchas repeticiones, por lo tanto hay que estar con todas las cámaras en condiciones. **«Yo no le puedo decir al director que no use tal repetición porque esta mal, la transmisión se perdería una repetición. Cuando tenes el plano de la cámara 1 (general), mitad y mitad (sol y sombra), haces un termino medio. Se busca que la parte donde da la sombra este un poco más elevado, y que el sector donde da el sol sature un poco, pero no demasiado. Se lava la imagen para que la parte que esta en sombra se vea más».**

Es fundamental un buen césped para una buena imagen.

La cancha de Velez tiene la mejor iluminación de todas, es una luz pareja y con mucha potencia. Hay estadios en los que se colocan luces de distinta temperatura. Al mezclarse las temperaturas hace que los colores se vean raros. **«Una cancha que tiene muy mala luz es la de River. Tiene una luz semi pareja. Hay un sector que le han colocado luces nuevas, reflectores nuevos, lo que genera que en ciertos lugares haya mucho luz y eso molesta. Cuando la jugada transcurre en el lugar iluminado satura la imagen, lo ves quemado. Por eso tengo que estar más atento».**

Es muy importante la hora en que se juegan los partidos, no es lo mismo si se juega a las 15, a las 17 o 19 hs. Tiene que ver si el sol esta cenital o esta cayendo.

Es importante conocer al director. **«De esta manera sabes como poncha, para darle más importancia a determinadas cámaras. Sabes que repeticiones va a utilizar».**

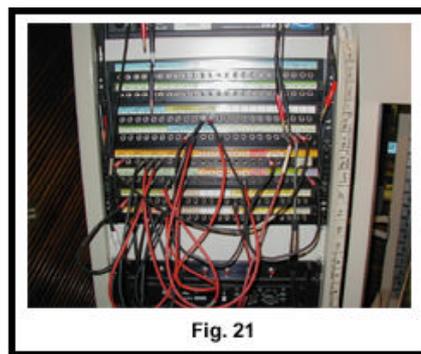


Fig. 21

### III.V.II Videograph

Para el videograph se utiliza una PC dedicada, Presto 200, con DOS (Fig. 22).

Hay 34 monitores chicos de 9 pulgadas, por ahí el director recibe las señales de cámaras, de tape, señales externas. En el centro hay 2 monitores más grandes, a la izquierda el monitor de previo, que selecciona el director antes de mandar al aire y la derecha el monitor de línea, de aire. Estos dos monitores son de 20 pulgadas.

El Videografista Gustavo Burgos comenzó en el año '98, en Torneos y Competencias en el programa El Nacional, que se emite por TyC. **«Después pasé a hacer partidos para Fútbol de Primera, Edición Especial, el móvil 3 que es el partido más importante no televisado».**

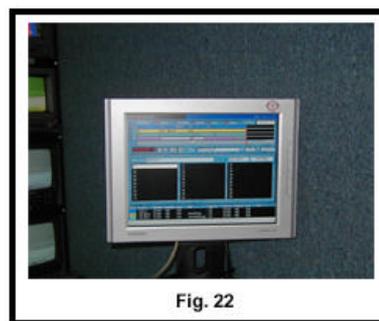


Fig. 22

Es muy distinto si el partido va en vivo o va grabado. **«Para la gráfica se cargan los individuales de los jugadores. El individual con la carita para colocarle cuantos partidos lleva, cuantos goles tiene en el torneo. Se utiliza para un jugador que hizo una jugada importante o casi gol. Si hace un gol se coloca ese mismo individual agregándole el gol que acaba de anotar. También están los individuales con los que están a punto de recibir la quinta amarilla, en el momento que este jugador es amonestado, se coloca el zócalo quinta amarilla, no juega contra».**

Todos estos datos los facilita la producción, generalmente una hora antes del partido.

El productor saca la información del diario del día. Además siempre tiene los anuarios que saca el diario Ole o la revista Solo Fútbol, en donde tienen todos los datos de los planteles, fecha de nacimiento, club anterior, historia. Es como la Biblia para los productores de gráfica.

«Yo decido cuando emitir la gráfica, me anticipo al director, es un trabajo bastante autónomo. Yo sé que la cámara 2 da los planos cortos de los jugadores, mirás siempre el monitor de previo para ver que jugador va a poner próximamente el director. En cambio si un jugador remata bien al arco y el arquero realiza una atajada espectacular, tengo preparado los zócalos de los dos, el orden lo decide el director».

La maquina es un DEKO, que trabaja sobre PC. Cada uno de los individuales es un archivo de DEKO. Por lo general los individuales están armados cuando empieza el campeonato, ya que el número de camiseta de cada jugador se respeta hasta el final.

«En gráfica tenés los zócalos individuales con las caritas de los jugadores, los nombres de los periodistas, las formaciones de los equipos, las estadísticas que van antes del partido: son placas animadas de tape y se le suma la gráfica arriba, vienen con un recorte de croma. Al igual que las formaciones, vienen de tape se recortan por croma desde el switcher y se agrega la gráfica arriba, además de la placa con el resultado parcial para el entretiempo y el final cuando termina el partido. Durante el partido no va placa de resultado porque esta incorporado constantemente con el reloj».

Esto se coloca en el control donde reciben la señal, no desde el camión. Mismo los comerciales, hay un control con director, productor, técnicos que reciben la señal, ya sea en Canal 13, en Balcarce si es TyC Max o América los viernes.

También hay zócalos para los árbitros, se colocan cuando salen a la cancha. Son para el árbitro y los dos asistentes. Los árbitros van con nombre y edad, los asistentes solo nombres. Se utilizan cuando cobran bien o mal un off side.

Los bancos de suplentes es una grilla ya armada.

«Para los zócalos de los cambios tengo un secreto, la armo antes con las cinco posibilidades de quien puede llegar a entrar, dejando libre el que sale. De esta manera cuando se va a producir el cambio le agrego únicamente el nombre del jugador que sale y lo tengo listo más rápido».

Siempre hay un productor en campo de juego que anticipa los cambios al móvil.

Al final del partido van las menciones o cartones de publicidad y el crowl con los nombres de las personas que trabajaron para la transmisión, producción, dirección, técnica.

Durante el partido vas siguiendo la transmisión muy atento, a cada archivo le puedo asignar el nombre que desee, el DEKO permite utilizar el teclado alfanumérico.

«El sistema que utilizo es el siguiente: El primer número es para el equipo local 1 y visitante 2. Y atrás de ese número le coloco el número de la camiseta del jugador, para los individuales. Por ejemplo 11 es el arquero local, 21 el visitante. Para lo demás tengo códigos personales, por ejemplo para los cambios 17712 es el cambio del arquero local, 27712 el visitante. Lo tengo todo en la cabeza, en el fútbol es todo muy rápido. No puedes tener los códigos anotados, porque cuando bajas la vista para leer ya paso la jugada y llego tarde. Otros compañeros deciden llamarlos por nombre, por ejemplo R1: arquero de River, B1: Abbonanzieri de Boca».

Cuando comienza el campeonato, los productores de Torneos y Competencias me envían toda la gráfica en un ZIP, en TGA. **«Con el material iba en la semana al camión y cargo todo, armo todos los modelos. En carpetas separadas tengo la información de cada uno de los equipos. Después copio a la carpeta del partido que me tocara hacer».**

Otra cosa que envía la producción son las fotos de cada uno de los jugadores. Las fotos las mandan en TGA. **«A veces tenes el inconveniente que el director técnico pone de titular a un pibe de la tercera y no esta la carita. En ese caso va un camarógrafo, coloca al jugador contra una pared blanca, lo graba y envía el tape al móvil. En el camión puedo digitalizar, capturar un cuadro, realizo el recorte y lo pego en la formación y en el individual».**

Saber de fútbol permite que el trabajo salga mejor, **«te van a contratar más móviles, le agilizas el trabajo a todos, a la producción, al director».**

### III.V.III Audio

La consola de sonido es una Soundcraft B 800. Tiene 36 entradas, 4 estéreo y 28 monos. Además tiene 10 auxiliares, 8 submaster o 4 submaster estéreo. Tiene una señal diferenciada por cada entrada. Es totalmente analógica (Fig. 23).

Para el campo de juego se usan micrófonos tipo pistola, marca Sennheiser, lo mas direccionales posible, son los MK 60. Son los tipo pistola que a veces se les añade un 'perrito', es un felpudo que sirve como pantalla de viento, y se arman en trípodes que se clavan en el campo de juego, pegado a la línea lateral y de meta. Por lo general toman el sonido ambiente. El ambiente lo toman por presencia en el campo, pero el óvulo a donde ellos apuntan es al campo de juego, para captar el dialogo de los jugadores, los pelotazos.

Se apuntan hacia la cancha y por proximidad entra el audio de la tribuna.

Los micrófonos están a una distancia del piso de 50 cm (Fig. 24). Reciben la información que te brinda el campo de juego, son detalles que refuerzan mucho la imagen y el sonidista trata de captarlos para enriquecer la transmisión.

Además se coloca un micrófono abajo del lente de la cámara que cubre los bancos de suplentes, para escuchar a los directores técnicos.

Cada cámara tiene la posibilidad de incorporarle un micrófono. Por el mismo cable donde llega el video, la señal de cámara, viene el micrófono. Esto es importante, ya que donde apunta la cámara, apunta el micrófono.

En la cabina de transmisión los periodistas usan unas vinchas de Sennheiser. Es un auricular cerrado con un pequeño micrófono dinámico en la punta.

Para abrir la transmisión los periodistas usan micrófonos de mano Profi Power de Sennheiser y por una pequeña cucaracha escuchan el retorno. Esto se debe a que no les gusta salir en cámara con el casquete puesto. Cuando empieza el partido se colocan la vincha. De esta manera tienen las manos libres para hacer anotaciones.

Los periodistas de campo de juego usan micrófonos Sennheiser Prof. Power o Shure SM 58, son micrófonos dinámicos y alámbricos. Los periodistas tienen la posibilidad de habilitarlo o no de acuerdo al momento, son micrófonos con llave.

Los cables se tiran por manguera, para no estar tirando por cada micrófono un cable. Porque serian 300 metros de cable por micrófono. Entonces se tira una manguera que tiene 12 pares, 12 cables de audio. La manguera tiene 300 metros de largo. En el extremo tiene una caja, de ahí se van desprendiendo cable por cable. La caja se ubica en el campo de juego. Esta preparada para estar a la intemperie, bajo lluvia. Desde ahí se tira líneas cortas de 5 metros hasta los micrófonos. En la caja entra un conector grueso multipin y después derivan a líneas cortas como ser los retornos y micrófonos.

El sonidista en el móvil cuenta además con un minidisc, un apoyo en DAT y una compactera como backup, para tener otras fuentes.

También tiene un sistema de radio privado para comunicarse con los microfonistas (Fig. 25).

El sonidista Francisco Nigro nos introduce en los secretos de un correcto armado, **«el armado de una cancha de fútbol lleva entre dos y tres horas. A la cancha van 1 sonidista y 2 o 3 microfonistas,**



Fig. 23

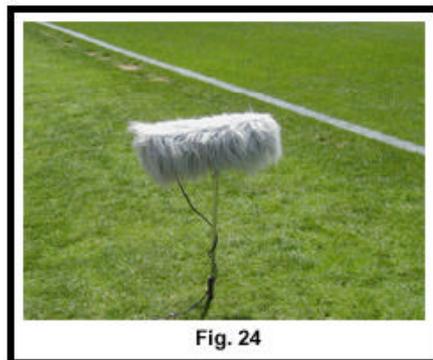


Fig. 24

**depende el despliegue y la importancia del partido. Siempre hay un punto en cada banco de suplentes y otro en la cabina de transmisión. Los de los bancos son puntos móviles para trasladarse a los vestuarios».**

Para el armado, desde la posición del móvil, se tiran líneas hasta la cabina de transmisión. Ahí se colocan 2 micrófonos y 1 de back up. Además se colocan 2 líneas de auriculares donde el relator y el comentarista reciben órdenes, retorno de otros puntos, periodistas de campo de juego. Luego se distribuyen las líneas de ambiente. Son 4 y van ubicadas al costado del campo de juego entre las cámaras 4 y 3 y 5 y 3, y detrás de cada arco. También se colocan 2 líneas, una en cada banco de suplente, para los periodistas de campo de juego.

Los micrófonos que van detrás de los arcos toman el ambiente, lo que hablan los jugadores.

«El sonidista en el móvil realiza la mezcla de cada uno de los micrófonos dándole el nivel apropiado para que todos tengan su nivel de entendimiento. Se hace una mezcla con el ambiente para que este mezclado con las voces y no las sobrepase.

En las transmisiones se hace el evento completo, se coloca la música, característica, apertura y cierre de bloque o alguna música arriba de un tape o placa de estadísticas. También el sonidista puede recibir alguna señal de otra cancha».

A la consola de sonido le llegan: todos los micrófonos (arco, área, campo, cabina, etc.), le llegan todas las maquinas de tape, la música, conexiones con otras canchas.

Hay sub mezclas que el sonidista les puede enviar a los periodistas. Algunos periodistas no quieren tener el retorno en el auricular, otros si.

La patchera te permite interconectar todo contra todo. Cada linea tiene 48 entradas y 48 salidas.

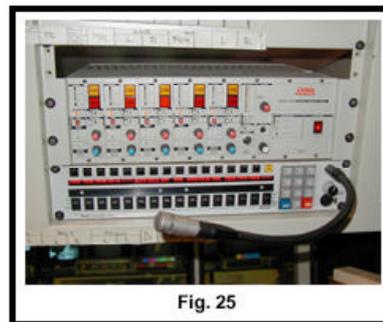


Fig. 25

### III.V.IV Tape

En la parte de tape van 3 operadores. Uno para el DVE, que es el efecto electrónico y dos para las maquinas de tape.

El móvil tiene 2 betas digitales, 2 betas SP analógicas y 1 Súper VHS. Además hay una matriz para que el operador de tape pueda seleccionar que cámara van a grabar.

Javier Stronati es un experimentado operador de tape y nos introduce en las funciones del mismo, **«el operador de tape hace play en las máquinas de tape a la orden del director. A veces se graban los partidos. Hay un switcher y un equipo que depende del switcher que es el distribuidor. Puede haber varias maquinas de tape».**

En un partido en vivo, las maquinas de tape se utilizan para las repeticiones, algún gol, foul, lo que sea. La repetición por maquina de tape tiene que tener la posibilidad de cámara lenta, tiene que ser una maquina especial (Fig. 26).

El operador de tape graba el partido, no lo que sale al aire, graba la salida de una cámara, por ejemplo la que sigue a la pelota. Si pasa algo, gol, jugada dudosa, el operador automáticamente para, rebobina y la para en el comienzo de la jugada para que el director se la pida. **«Siempre se coordina con el director o el productor para grabar una u otra cámara. Cuando se para de grabar, ya no hay mas señal, entonces antes de rebobinar le tengo que marcar el punto de salida en la maquina y avisarle al director hasta donde puede ir con la repetición. Adonde se termina la señal. Le aviso 10 o 20 segundos antes para que me saque del aire, y así evitar que entre un desgarro o ruido en la cinta. Se rebobina hasta donde comienza la jugada, es a ojo, tense que tener conocimiento de fútbol».**

Por las máquinas de tape también pueden ir comerciales, inserts, fondos de placas.

«Siempre hay que tener todo en puerta, en puerta quiere decir el primer cuadro de video. Por lo general se graban 2 o 3 cámaras. También se pueden grabar 5, donde hay más posibilidades de error. Podes tener 4 máquinas de tape que a cada un le entra una señal de cámara distinta. Usando las 4 maquinas se logra una repetición más elaborada».

En algunos móviles el operador tiene una matriz donde entran las señales de todas las cámaras, ahí va eligiendo que graba, va ponchando que graba en cada maquina.

El operador de tape tiene que estar en permanente contacto con el director y el sonidista, ya que si este ultimo no sube el remo, el tape saldrá sin audio.



Fig. 26

A las máquinas se le asignan números o letras para identificarlas, 1, 2, 3, 4 o A, B, C, D.

Siempre con el operador de tape hay un asistente de producción. El mismo le prevé los casetes para grabar, le da los comerciales, las notas. Además le dice el time code, donde está cada material y en que momento va de acuerdo a la rutina. El time code es la numeración en tiempo que se le da a la cinta.

Si el operador de tape percibe en una cámara un insulto, o piña, instantáneamente para y rebobina y avisa que es lo que tiene. Si se utiliza o no depende del director o del productor.

### III.V.V Transmisión

Los enlaces para la transmisión son los siguientes: Desde el móvil al Edificio Alas, a través de 2 microondas (1 de back up). Y del Edificio Alas a Canal 13, por medio de 1 microondas. Además la señal llega a Torneos y Competencias vía fibra óptica.

El móvil tiene la posibilidad de realizar transmisiones diferenciadas. El switcher tiene una modalidad de trabajar en Cleanfeed, que es la señal pura, sin publicidad, ni grafica. Esto se utiliza para las transmisiones que se emiten para el interior o el exterior, ya que cada cadena tiene sus publicidades.

Por este mismo motivo el audio se trabaja en 2 canales. El canal izquierdo es el 1, por ahí va la señal completa, el relato y el ambiente mezclados. En el canal derecho, o sea el 2, va solo ambiente, esta se denomina señal internacional.

Las medidas de camion, Móvil 1 de Canal 13 (Fig. 27), son las siguientes:

- 3,90 metros de alto
- 2,50 metros de ancho
- 16 metros de largo
- Pesa 29 toneladas, 29.000 kilos

Unidades móviles grandes (producción localizada): Los vehículos más grandes que se utilizan para grabaciones en localizaciones remotas suelen ser unidades de gran tamaño o de remolque. La unidad consta de un control de realización convencional con equipos completos de sonido e imagen. Para retransmisiones de televisión a gran escala, en las que es esencial disponer de un centro de control sobre el propio terreno, estas unidades móviles grandes prestan un servicio inestimable.

Willy Testa es Jefe Técnico del Móvil 1 y aclara: **«Para realizar una transmisión de un partido de fútbol necesitas, entre 9 y 11 ayudantes de cámaras, más los camarógrafos, de acuerdo a la cantidad de cámaras destinadas. Además 3 microfonistas. Dentro del camión va 1 sonidista, 3 operadores de tape, 2 operadores de video, 1 operador de grafica, 1 jefe técnico. Además del director, productor y asistente de producción».**

Los móviles cuentan además con, personal de seguridad, 3 conductores, 1 para el camión, otro para el camión auxiliar – para llevar las cámaras, los cables, elementos chicos. Y otro conductor para la camioneta que lleva al personal. Siempre van 2 personas de mantenimiento para arreglar algún desperfecto.

«Llegamos al estadio a las 8:00 hs, y 12:30 o 13:00 hs ya esta todo armado. Suponiendo que el partido es a las 16:00 hs. Vamos tan temprano porque tenemos que tener todo listo y chequeado antes que abran las puertas del estadio, cuando empieza a entrar el público. Si hay que modificar algo la seguridad del estadio ya no te permite tener acceso a todos los lugares donde tenemos que llegar nosotros».

Los enlaces son a través de 2 microondas, 1 de emergencia. Del estadio al Edificio Alas. Y 1 microondas más del Edificio Alas a Canal 13. A Torneos y Competencias llega vía fibra óptica.

El Edificio Alas esta ubicado en Alem 731, entre Viamonte y Córdoba, Capital Federal.

Canal 13 en Lima 1261, Constitución, Capital Federal.

Torneos y Competencias en Balcarce 510, Capital Federal.

La coordinación entre los puntos va por el tercer canal de la microonda, del móvil al canal. Y por una línea punto a punto del canal al camión.

La labor del Jefe Técnico es controlar que este la gente, que este el equipo, que se conecte todo como corresponda y que funcione correctamente.

Hasta que comienza la transmisión tiene que chequear todo y probar para que funcione correctamente. Una vez que comenzó el partido, estar ahí stand by, por algún problema que surja o que algo no funcione.

### III.V.VI Iluminación

La iluminación debe hacer posible que todas las cámaras de televisión produzcan imágenes de la más alta calidad. Esto significa que los niveles de luz debe ser apropiados para la apertura de diafragma que se esta utilizando en la cámara, con el fin de que la imagen tenga una exposición correcta. La iluminación debe ser uniforme.

En su tratamiento debe tenerse en cuenta la mecánica de la producción. Debe encajar con la escenografía, el tratamiento de cámara, los emplazamientos de la jirafa de sonido, etc.

Una buena iluminación crea una ilusión tridimensional en una imagen plana. Da una impresión de solidez y profundidad en los sujetos y el entorno. Por lo general debe producir un impacto visual atrayente.

La iluminación debe ser apropiada. Crear una ambientación adecuada para la ocasión. Una iluminación acertada encauza la atención de la audiencia.

Puede proporcionar al operador de cámara la posibilidad de crear una variedad de composiciones pictóricas.

La iluminación no debe hacer que nos demos cuenta de los defectos del decorado.

Se utilizan diversos tipos de aparatos de y lámparas para la iluminación en televisión: lámparas corrientes de tungsteno, de tungsteno – halógeno (lámparas de cuarzo), de descarga (halógenos metálicos, HMI, CSI, fuentes de luz lineal) y tubos fluorescentes.

El omnipresente tubo fluorescente ha sido empleado como fuente de luz suave para iluminación general, cicloramas, etc., pero la calidad de color de la luz es muy desigual y no se mezcla bien con la de otras fuentes. Esta fuente de luz no direccional de baja intensidad es de uso limitado.

En TV se utilizan cuatro tipos básicos de aparatos de luz: 1. Luces suaves / mini brutos. 2. Proyector de luz concentrada / proyectores Fresnel. 3. Proyector de efectos / proyectores de motivos. 4. Proyectores de seguimiento.

En Fútbol de Primera depende mucho de la escenografía. En el año 2000, era una iluminación estándar de lámpara alógena. Después cambió la escenografía, tenía piso, techo, una pared con acrílico blanco y por detrás tubos fluorescentes. Se colocaban lámparas alógenas con un filtro sofá para levantar la temperatura color. La lámpara alógena tiene una temperatura color de 3200 grados kelvin, el tubo casi 6000 grados kelvin. No se puede mezclar la temperatura color, o bajas una o levantas la otra. Como es más fácil levantar la temperatura de tres artefactos de 2000 y no bajar la de 80 tubos, se levanta la alógena. Esto fue el año 2002.

El año 2003 se utiliza la parte del piso con los tubos, todo lo demás es real, lo que se ve blanco son maderas pintadas de blanco.

En el año 2002 las pantallas no estaban divididas, eran tres proyecciones pero era una única pantalla. Las máquinas de tape que la alimentaban tenían que estar sincronizadas una con la otra. Por lo que se mando a construir un equipo en una empresa de ingeniería que realiza equipos a medida. Hacías play en una máquina y esa le pasaba la información a las otras dos. Se sincronizaban con el time code.

La consola de iluminación es una Estrand Century. Es analógica. Tiene 36 canales (Fig. 28). Al costado de la parrilla de iluminación en el estudio hay un tablero donde se asigna el número de dimer que esta en la parrilla al número de canal de la consola.

El piso de la escenografía es con tubos, son 16 estructuras de 2 metros por 1 metro, cada estructura lleva 4 tubos, haciendo un total de 64 tubos, de 40 watos.

Arriba son todas lámparas alógenas filtradas a 5600 grados.

Las medidas del estudio son de 18 metros por 24. 360 metros cuadrados.

### III.V.VII Personas técnico estable

Cantidad de gente para el programa Fútbol de Primera: En el piso, 3 camarógrafos, 2 ayudantes de cámara, 1 microfonista, 3 reflectoristas. En el control, 1 operador de video, 1 sonidista, 1 iluminador, 1 operador de grafica, 2 operadores de tape. Además de un jefe técnico.

Las 9 islas de edición tienen 9 editores.

El personal de técnica para hacer el programa Fútbol de Primera llega al canal entre las 18:00 y las 19:00 hs de día domingo. Los editores desde las 13:00 hs.

### III.VI Periodistas

Asociar una o varias caras a un programa determinado de televisión no es tarea común. Solo cuando un ciclo se instala en la gente, los protagonistas se vuelven claros representantes. Fútbol de Primera es sinónimo de Macaya y Araujo y ellos son sinónimos de Fútbol de Primera (Fig. 29). Son las caras, son el desenfado y la cordura, la chispa y la reflexión, el relato y el comentario, el estas «crazy» Macaya y un sinnúmero de personalísimos tics que impusieron un sello en el fútbol.

Esta tarea de conducción periodística también tiene su historia y sus protagonistas. Pequeñas o grandes estrellas que con su talento y esfuerzo contribuyeron al éxito, pusieron la cara cada Domingo y se asociaron casi sin saberlo a la historia de la televisión.

En cada gol de Acosta, Palermo, Crespo y Batistuta, gritado; en cada atajada imposible del Mono, Islas, Córdoba y Burgos; en cada jugada mágica de Diego, el Enzo, Verón o Aimar; en cada fallo imperdonable de Lamolina, Castrilli, Giménez o Madorrán; en cada penal inventado por el Melli, Saviolita o Estevez; y en cada gambeta endiablada del Pipi, D'alessandro o el Burrito, en cada uno de sus relatos y comentarios, ellos le pusieron la voz y el estilo, ellos hicieron y hacen la historia.

Mauro Viale es periodista recibido en el Círculo de Periodistas Deportivos, tiene 56 años, está casado con una psicóloga y tiene 2 hijos. **«Comencé a trabajar en el año 1967 en Radio Rivadavia. Soy un periodista que ha evolucionado desde el deporte hacia la actualidad y ahora hago también espectáculos. En el fútbol comenzamos con Marcelo Araujo en el año '67, en Radio Rivadavia con José María Muñoz. Hicimos radio 3 años. En 1970 a Muñoz lo designan Gerente de Deportes de Canal 7 y nos lleva con él para transmitir fútbol. A Marcelo Araujo lo pone como presentador en el estudio y a mí como vestuarista».**

No era Fútbol de Primera en ese entonces, había transmisiones los días viernes, sábados y domingos.

«Yo estuve hasta el año '89. En esa época se utilizaban muy pocas cámaras, eran cámaras viejas de Canal 7, todo muy rústico, muy elemental. Era un gran esfuerzo técnico, con buenos directores, grandes camiones de exteriores, los mismos que tiene Canal 7 ahora».

No había mucha gente de producción, era únicamente el relator, comentarista y dos vestuaristas. No era un programa de mucha producción, se privilegiaba el partido, con las notas previas.

«Yo invente el '¿Quién mueve?', 'Muevo yo, Mauro'. Decidí darle un tinte divertido a la transmisión, porque era muy aburrida. Empezamos a editar al jugador diciendo 'le voy a pegar a tal lado' y le poníamos la jugada. Comenzamos a ponerle una veta artística. Eso lo editaban en el canal, mandábamos el material con una moto y se editaba. Siempre muy cortito 'le voy a pegar acá' decía el jugador y el gol pegado. Esa fue una idea mía».

El «Quién mueve», «muevo yo Mauro», fue tal vez el primer gran impacto en la gente, la incorporación de los jugadores en un diálogo ficcionado, humanizo la transmisión.

«Hay muchas diferencias en cuanto a la tecnología, ahora utilizan 10 cámaras por partido, mucho chiche, mucho dinero. Yo dejo cuando el programa pasa a Canal 9, ahí empieza a evolucionar técnicamente, con mucho arte, gráfica, edición. Ahora es un enorme show con una gran tecnología, escenografías de primera. Nosotros teníamos apenas dos banquetas.

Marcelo Araujo completo el tono divertido que empecé yo y Macaya sigue siendo el mismo de siempre. Ahora va los domingos a la noche por Canal 13, nosotros íbamos los viernes en el 7 y hacíamos 13 puntos de rating, que era muchísimo».

Fue compañero de Macaya Marquez toda la vida, estuvo más con él que con su mujer. **«Fueron 20 años con Enrique, un tipo bárbaro, fenomenal. Dormí más con él que con mi mujer, viajes, giras mundiales».**

Los primeros periodistas fueron Macaya Marquez, Gañete Blasco, Julio Ricardo, Pérez Loazou. Después vinieron Horacio De Bonis, Fernando Niembro, Adrián Paenza, Cesar Abraham.

«Las figuras eran Gañete Blasco y Macaya Marquez, cuando llegamos nosotros se incorporaron Julio Ricardo y Pérez Loazou – quien brillaba en el automovilismo -. Después fue en turno de Marcelo Araujo y mí. Araujo se va y después vuelve. El que sobrevivió a todo fue Macaya, 30 años de carrera».

El fútbol, asegura Viale, le formó una base notable de velocidad y precisión, le dio verborragia y léxico, y una experiencia invaluable.

«Yo aprendí periodismo con estos grandes periodistas y grandes directores de televisión, ahí aprendí todo el ejercicio de la narración. Relatando fútbol aprendes una metodología y una velocidad que ningún periodista tiene, los directores te hacían mirar el monitor constantemente, la transmisión de un partido de fútbol te convierte en un periodista ágil, veloz».

Es amigo de Maradona y relató el gol a los ingleses. **«Mi hijo varón me dice 'lo relataste vos papa', es gratificante eso te da la profesión, es lindo. Los mejores momentos los viví en los viajes, los mundiales, el país entero te espera con 90 puntos de rating. En el mundial de España '82, transmitimos el partido Argentina – Bélgica – perdimos 1 a 0 -, el único relator de televisión era yo, tenía unos nervios bárbaros. El rating era igual que ahora, el fútbol da rating. Es más por el partido que por nosotros, no nos preocupábamos».**

Sin dudas, es la imagen total de Fútbol de Primera, su trayectoria profesional impecable lo ubica, tal vez, como el máximo referente periodístico del deporte, Enrique Macaya Márquez, sigue hoy en día, en la conducción del programa, **«Tengo 37 años ininterrumpidos de televisión, ganamos 12 Martín Fierro con el programa Fútbol de Primera, y uno de Oro. Personales tengo 3 más. En total son 15. Estoy sujeto a las reglas de ganar y de perder. Si estoy contento cuando gano, me la banco cuando pierdo. Debo tener algunos más por la radio, pero en Rivadavia se los 'robaba el gordo Muñoz».**

Si discurso estuvo orientado a lo que no se conoce, a lo que no trasciende, porque no se investiga, que es la producción de Fútbol de Primera. **«Yo no he visto periodistas del espectáculo interesados en saber como se produce Fútbol de Primera. Hay 500 personas que trabajan en Fútbol de Primera. Yo no puedo ignorar el gran trabajo que hace un director cuando maneja 16 cámaras, no es tan sencillo. Y por otro lado la producción integral, no es fácil. Incluso determinar el horario que va determinado partido, respecto de la competencia».**

El Martín Fierro de Oro fue un premio a todo y tal vez, el broche de «oro», para tanta distinción a lo largo de los años al programa.

**«Nosotros no pensamos mucho en el rating, trabajamos igual o mejor. En televisión esta claro que el rating tiene que ver, a tal punto que los que hacen Fútbol de Primera, tienen que estar contentos porque el rating no es malo, yo diría muy bueno. Si se tiene en cuenta que hoy hay 5 partidos que ya se han visto antes de que empiece Fútbol de Primera».**

Macaya arrancó en 1966, no paró nunca, siempre en el fútbol, jamás una pausa.

«Yo creo que Fútbol de Primera es un producto, este quien este, de primera categoría y un producto de exportación de la televisión argentina. Llega un momento en que puede ser que me dedique a otra cosa o con el fútbol o con la televisión o con lo que fuere. Pero no tengo la menor idea de lo que puede pasar».

Enrique Macaya Marquez comenzó a trabajar en radio cuando tenía 15 años. Hoy suma casi cuatro décadas ininterrumpidas en la televisión. Presencio todos los Mundiales de fútbol desde 1958, es autor de «Mi visión del fútbol», un libro editado en 1996, y se desempeña como co-conductor de Fútbol de Primera, uno de los programas mas vistos de la televisión argentina.

«Antes la formación de los periodistas era artesanal y el periodista sabia expresarse y aprendía como utilizar la herramientas disponibles para hacerlo. Hoy, pese a supuestas formaciones mas especifica, conoce los medios pero no siempre maneja los conocimientos en profundidad».

Comenta fútbol desde la década del '50. Lo hizo en radio y en varios diarios, pero el mayor protagonismo lo consiguió en la televisión. Es la imagen del fútbol desde hace más de 35 años. Una continuidad sin precedentes en el periodismo argentino.

¿Se hizo periodista por elección o por casualidad? – **«Soy periodista por elección y por mi pasión por el fútbol. Mi vocación estaba mas ligada a jugar a la pelota que a analizar lo que se hace con la pelota. Al no poder jugar, elegí comentarlo».**

¿Cómo hizo para permanecer tanto tiempo en televisión? – **«La gente fue cambiando, menos yo. Recuerdo que fueron pasando Juan de Biase, Faustino García, Horacio Aiello, Oscar Gañete Blasco, Cesar Abraham, Gallardo, Julio Ricardo, el «Gordo» Muñoz, Juan Carlos Pérez Loizeau, Mauro Viale... En fin, no se si será suerte o que... Ahora estoy con Marcelo Araujo, que supo crear un estilo y es el relator que mas sabe de fútbol. En radio, tuve el honor de trabajar con dos hombres que hicieron escuela. Uno fue Fioravanti, el relator que mejor utilizo el idioma. El otro fue José María Muñoz, que revoluciono el relato y las transmisiones deportivas en Radio Rivadavia».**

¿Se puede ser objetivo o imparcial sabiendo que cada periodista fue antes, un hincha de fútbol? – **«Mi experiencia me indica que a mi me costaba ser objetivo con la selección. Yo sentía que un partido de nuestra selección contra un equipo de un país poderoso, era una guerra. Cuando me di cuenta de que pensando así debía aceptar que los victoriosos terminen en la Casa Rosada y los derrotados condenados al fracaso, empecé a cambiar».**

Se imagina usted sin Fútbol de Primera? – **Si, si porque no, si me imagino.**

Esta claro que el otro gran referente del programa y creador de un nuevo estilo de relato en transmisiones de fútbol es Marcelo Araujo. Fue él, el que cambió la tendencia o costumbre de los hinchas argentinos que miraban los partidos por televisión, pero acompañados por el relato de Radio, que era más dinámico y emotivo. Araujo cambió esa costumbre, se gana amores y odios, pero nunca indiferencia.

«He visto la BBC de Londres, la Deutsche Welle de Alemania, la televisión española, la RAI de Italia y en ningún lugar hay un programa como Fútbol de Primera y tienen la capacidad técnica para hacerlo. Lamentablemente, la situación económica del país no da para que se invierta en mejorar técnicamente el programa. Recuerdo cuando fui a Italia y traje la idea del primer Telebeam. Para mi sorpresa, solo 3 o 4 países tenían esa tecnología. Después se fue innovando, pero la Argentina fue uno de los pocos países en el mundo que logro ese avance en beneficio del televidente».

¿Qué cree que aporta usted al programa? – **«Mis relatos, una opinión seria, respeto. Solo algunas pocas cualidades».**

¿Siente que marco un estilo en el relato de fútbol? – **«Muchos me dicen eso. Cuando me contratan, el espectador argentino tenía una costumbre: bajaba el audio del televisor y encendía la radio. Ese era el dilema que yo tenía que resolver. Tenía que tratar de entender por que la gente bajaba el audio y hacer lo posible para mantener a la gente con el sonido de la tele».**

¿Y como encontró la solución? – **«Me acuerdo que la primera vez que relate, tenía como maestro a un hombre que trabajaba en la televisión española, Matías Prat. Para mi era un ejemplo de relator. Lo único que hacía era nombrar los jugadores y ni siquiera gritaba los goles. Me parecía bárbaro. Si yo estoy viendo televisión para que necesito que me estén diciendo otra cosa, si lo que me importa es quien lleva la pelota y cuando hay un gol. El primer partido lo relate imitándolo. Cuando llegue al canal me dijeron: «La próxima vez que relates así, no trabajas mas». Porque el argentino necesita otro tipo de relato. La gente necesita otra dinámica».**

¿Qué lo atrae de Fútbol de Primera después de tantos años? – **«Recuerdo que me buscan contratar cuando el programa pasa de Canal 7 a Canal 9. Entonces, Mauro Viale elige quedarse en el 7 porque tenía programas periodísticos de otra índole que nada tenían que ver con el fútbol. En ese momento, buscaban un relator para reemplazarlo. Estaba compitiendo con Marcelo Tinelli pero yo no lo sabía. Por suerte para Tinelli, se quedaron conmigo. Pero no se por que sigo en Fútbol de Primera, me renuevan los contratos y yo sigo».**

¿El retiro esta cerca o lejos? – **«De a ratos tengo ganas pero no puedo. También tengo ganas de cambiar la especialidad. Sinceramente, no lo se. Es una contradicción que tendré que resolver».**

Miguel «Tití» Fernández es periodista, trabaja en campo de juego y realiza notas, su experiencia es notable para las transmisiones en vivo, **«Yo soy empleado de Torneos y Competencias, soy exclusivo de Canal 13 desde el mundial de Francia '98. En Fútbol de Primera trabajo desde el año 1993. Yo estoy en el partido principal, el clásico de los domingos, siempre donde están Macaya y Araujo».**

El cree que los chicos que recién empiezan usan a la televisión para que la gente los conozca, su lema es **«estamos para servirle a la gente, no para que la gente nos sirva a nosotros. El periodista tiene que ser un medio entre el protagonista y la gente».**

El domingo su día empieza temprano, tiene la responsabilidad de editar las notas que salen al aire en Fútbol de Primera. El decide, las visualiza y las edita. **«Voy temprano a Torneos, agarro las notas del viernes y sábado, las visualizo y las dejo marcadas para editar. A las 13 hs. Me encuentro con Marcelo Benedetto –es el otro periodista de campo -, en un bar ubicado frente a Canal 13, dejo mi auto y nos vamos en remis al estadio».**

Va con los deberes hechos a la cancha, siempre con toda la información. **«Salvo que algún técnico esconda algo, voy con mi machete con toda la data del partido. Si no tenes la información tenes que ir a la concentración de los equipos y conseguirla, un periodista no puede llegar desinformado a la cancha, porque te podes comer algo, se descompuso alguien, durmió mal, se levanto con fiebre. Tenemos que llegar con todo lo que la gente necesita saber, 2 horas antes del partido».**

Con Marcelo Araujo, tiene una relación que excede lo laboral, es amigo de Marcelo. Contra todo lo que piensa la gente, que es su verdugo, es toda una historietta armada, es un juego, sale de memoria. El 'share up', el 'gordito', es todo armado.

«Tengo una excelente relación con los jugadores, en 25 años de carrera, me pelee con tres personas, Cesar Menotti, Fabián Basualdo y ahora con Vivaldo, no me hablaba con Jorge Higuain ni con Daniel Passarella, pero recompusimos la relación. Algunos son amigos míos».

Las notas del domingo a la mañana las edita en Torneos y Competencias, en Balcarce 510. Lo de la noche en Canal 13. **«Yo trabajo con una carpeta, donde tengo las formaciones, cambios, torneos internacionales en la semana, lesionados, suspendidos, jugadores que corren el riesgo de la quinta amarilla., las próximas tres fechas del equipo. Otro dato que tenes que tener es que jugador están por vender, los datos de la selección, alguien que estaba lesionado y se esta recuperando en la semana».**

Su lema es claro y contundente, sabe que el éxito no es casualidad y trabaja para ello, **«a la gente no le podes mentir, tenes que ir con la verdad y siempre te van a creer».**

### III.VII El premio Martín Fierro

Diez periodistas ligados con el mundo del espectáculo fundan el 9 de junio de 1959, en la sede de Argentores, una nueva entidad a la que llamaron Asociación de Periodistas de la Radiofonía y Televisión. Desde entonces en esa fecha se celebra el día del Periodista de Espectáculos. Los pioneros fueron Marcial Frugoni y Mariano de la Torre, de Canal TV; Juan Carlos Moretti y Manuel y Enrique Ferradas Campos, de Noticias Graficas; Jack Feldbaum, de Democracia; Casandra, de Critica; Fernando Lopez de Irala, de Clarín; Ricardo Gaspari y Valentín Vergara, de El Mundo; Carlos Soria y Medrano, de Octavo Arte, y Juan Pueblito de Antena. A fines de 1959, en el teatro Cervantes se realizo la primera entrega de premios, que consagro a un ganador de cada una de las veintiuna ternas. Casi toda la organización y la fiesta final estuvo caracterizada por el apuro y la figura del primer Martín Fierro (nombre sugerido por Manuel Ferradas Campos), diseñada por el escultor Perlotti, que recibieron los premiados y que pesaba mas de dos kilos.

La locutora Nelly Trenti y las actrices Myriam de Urquijo y Violeta Antier estaban felices por ganar la efiege denominada «el gacho cantor», pero tuvieron que hacer piruetas, arriba y abajo del escenario, para sostener el mamotreto.

Los primeros ganadores: Mejor libreto: Horacio S. Meyrialle; Mejor actor: Pedro López Lagar; Mejor actriz: Myriam Urquijo; Mejor actor cómico: Pringue Farias; Mejor actriz cómica: Olinda Bozan; Mejor microprograma: Mariano Perla; Mejor dirección escénica: Narciso Ibáñez Menta; Major escenógrafo: Mario Vanarelli; Mejor dirección de cámaras: Martín Clutet; Mejor teleteatro: Historias de jóvenes (recibido por Violeta Antier); Revelación: Luis Medina Castro; Mejor musical: El show de Miguel Amador; Mejor periodístico: Sala

de periodistas; Mejor exteriores: Club de hombres; Mejor animador: Orlando Marconi; Mejor locutor: Adolfo Salinas; Mejor locutora: Nelly Trento; Mejor producción comercial: Nat King Cole; Mejor producción artística: Teatro de Arthur Millar; Mejor entretenimiento: La cabalgata Gillette; Mejor aviso: Pindapoy Canarios.

«Fútbol de Primera» lleva ganados 13 premios «Martín Fierro» a lo largo de los años, incluido el Martín Fierro de Oro, además Macaya Marquez, obtuvo 3 mas por conducción en programas periodísticos.

Es el premio para Radio y Televisión mas importante en la República Argentina.

## Capítulo IV. «Show de goles»

### Conclusiones...

Con este trabajo, conseguimos sacar a la luz, ¿Cómo se hizo y se hace cada día «Fútbol de Primera», un programa de televisión en donde el mundo del fútbol se traslada a cada hogar, a cada hincha aficionado. Todo esta al alcance del televidente, que quizá no pudo ir a la cancha, pero con semejante superproducción parecería que si, que si estuvo, a donde solo los privilegiados pueden acceder.

El repaso por cada una de las áreas que componen este fenómeno, nos permite comprender que la casualidad no interviene en este éxito, que la suma de experiencia y la dedicación absoluta en cada pequeño o gran componente dan la respuesta.

Podemos decir que los ya históricos convenios especiales con la AFA los hace tener la exclusividad para todos los partidos y que esto representa asegurarse un público fiel, seguidor y otros captados de manera obligatoria (suscripciones a codificados), pero también es cierto que el programa no llego a esto de un día para el otro, fueron los primeros en comprender el negocio y darle forma, tan solo después llegarían las exclusividades, que también iban a ser aprovechadas de manera ventajosa. Pero «Fútbol de Primera» nunca durmió en los laureles, apostó y apuesta por una transmisión de mayor calidad cada vez, invierte permanentemente en artística, equipamiento y tecnología de primer nivel internacional y eso se refleja en la pantalla.

Pudimos ver que todos coinciden, los periodistas especializados han premiado al ciclo reiteradas veces y también sabemos que una cierta «intención» de equilibrio hacia otras producciones, le han privado al programa de mayores halagos.

Vale destacar que Torneos y Competencias, la empresa fundada por Carlos Avila le da trabajo a mas de 500 familias y que el puntapié inicial para esta estructura es su ya famoso «Fútbol de Primera». La gente que trabaja en este gigantesco emprendimiento abarca tantos rubros como goles se convierten en una fecha.

En esta investigación, el análisis mas inteligente es el que se hace desde el lugar neutral, a pesar de ser un admirador reconocido de un formato que incluso supera a los existentes en Europa, lo ideal es comparar parámetros de producción, para evaluar un todo ante un producto ya probado y consolidado en su rubro, y esto queda claramente demostrado con la evolución, testimonios, trayectoria, rating consolidado y estable, enormes rendimientos económicos y posicionamiento en la reducida elite de productos-programas que se transforman en fenómenos que marcan época, porque como ya dijimos...

«Esto no es fútbol, es fútbol de primera»...

## Anexo

### **Equipo completo de realización de Fútbol de Primera:**

Gonzalo Mozes (Productor General)  
Hernán González (Productor Ejecutivo)  
Diego Arnold Roiffe (Productor Coordinador)  
Christian Perri (Productor Coordinador)  
Bidegain Hernán (Productor Edición)  
Alejandro Munuera (Productor Edición)  
Pablo Daniel Nogueira (Productor Edición)  
Fernando Gastón Benvenuto (Productor de Móvil)  
Leonardo De Pinto (Productor de Móvil)  
Jorge Eduardo Edo (Productor de Móvil y tape)  
Mirta García (Productora de Móvil)  
Gabriela Krause (Productora de Móvil y Comerciales)  
Juan Baldana (Productor)  
Juan Manuel Dapena (Productor)  
Alejandro Guerrero Borges (Productor)  
Guillermo Enrique Merega (Productor)  
Alejandro Salatino (Productor)  
Juan Pablo Sosa (Productor)  
César Enrique Zanassi (Productor)  
Adriano Capobianco (Asistente de Producción)  
Marcelo Colombo (Asistente de Producción)  
Pablo German Daguerre (Asistente de Producción)  
Martín Fernández (Asistente de Producción)  
Eli Fingerhann (Asistente de Producción)  
Carlos Daniel Lema (Asistente de Producción)  
Gustavo Daniel Lienhart (Asistente de Producción)  
Juan Martín Morales (Asistente de Producción)  
Guillermo Enrique Rolando (Asistente de Producción)  
Martín Romero (Asistente de Producción)  
Fabián Hugo Scarcello (Asistente de Producción)  
Diego Roberto Serrano (Asistente de Producción)  
César Troianovsky (Asistente de Producción)

**RUTINA ORIGINAL «FUTBOL DE PRIMERA»****El staff completo de Periodistas de Fútbol de Primera es:**

Marcelo Araujo (Relator y conductor)  
Enrique Macaya Márquez (Comentarista y conductor)  
Miguel Fernández (Campo de juego y notas)  
Marcelo Benedetto (Campo de juego y notas)  
Walter Nelson (Relator)  
Alejandro Fabbri (Comentarista)  
Fabián Godoy (Campo de juego y notas)  
Juan Carlos Pasman (Campo de juego y notas)  
Sebastián Vignolo (Relator)  
Fernando Pacini (Comentarista)  
German Paolosky (Campo de juego y notas)  
Oscar Martínez (Campo de juego y notas)  
José Josami (Relator)  
Eduardo Ramenzoni (Comentarista)  
Héctor Gallo (Campo de juego y notas)  
Juan José Buscalia (Campo de juego y notas)  
Gustavo Cima (Relator)  
Juan Manuel Pons (Relator)  
Rodrigo García Luzzardi (Campo de juego y notas)  
Javier Tabarez (Campo de juego y notas)  
Marcelo Schinka (Campo de juego y notas)  
Martín Perazzo (Campo de juego y notas)  
Fernando Carlos (Campo de juego y notas)  
Emiliano Pinzón (Campo de juego y notas)

**El equipo completo de Directores de Fútbol de Primera es:**

Cristian Fernández  
Gustavo Javier Roderó Maluf  
Alberto García  
Oscar Fabio Prieto  
Daniel Tervidovicus  
Patricio Enrique Parigi  
Ramiro Nieto  
Rodolfo Pedro Di Nucci  
Mario Antonio Matyjaszczyk

**DISPOSICION DE CAMARAS**

- **Cámara 1:** Principal.
- **Cámara 2:** Planos Cortos.
- **Cámara 3:** Piso, centro de Campo.
- **Cámara 4:** Montada sobre carro grúa.
- **Cámara 5:** Piso, seguimientos.
- **Cámara 6:** Jimmy, (grúa detrás de un arco).
- **Cámara 7:** Jimmy, (grúa detrás del otro arco).
- **Cámara 8:** Alta, para off side.
- **Cámara 9:** Alta, para off side.
- **Cámara 10:** Alta, sobre la popular.
- **Cámara 11:** Alta, sobre la popular opuesta.
- **Cámara 12:** Baja, para banco de suplentes.
- **Cámara 13:** Baja, Super Slow.
- **Cámara 14:** Alta, ángulo invertido.
- **Cámara 15:** Alta, ángulo invertido.
- **Cámara 16:** Piso, seguimientos.
- **Cámara 17:** Piso, seguimientos.

## Bibliografía

- **BARROSO GARCIA, JAIME.** *Técnicas de realización de reportajes documentales para televisión.* Instituto Oficial de Radio Television Española. Madrid, 1994
- **BUERO, LUIS.** *Historia de la televisión Argentina.* Editado por la Universidad de Morón (Dist. LaCrujia). 1999.
- **DI GUGLIELMO, HUGO.** *Vivir del aire.* Grupo Editorial Norma. 1ª Edición. Buenos Aires, 2002.
- **GALEANO, EDUARDO.** *El fútbol a sol y sombra.* Editorial Catálogos. 9ª Edición, Ampliada. Buenos Aires, 2003.
- **MILLERSON, GERARD.** *Técnicas de realización y producción de televisión.* Editorial Paraninfo S.A.
- **SEBRELI, JUAN JOSE.** *Fútbol y masas.* Editorial Galerna. Buenos Aires, 1981.
- **SEBRELI, JUAN JOSE.** *La era del fútbol.* Editorial Sudamericana. Buenos Aires, 1998.
- **ULANOVSKY CARLOS, ITKIN SILVIA, SIRVEN PABLO.** *Estamos en el aire.* Editorial Planeta. 1ª Edición. Buenos Aires, 1999.



