



# UNIVERSIDAD VILLA RICA

---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

TESINA

“PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE  
TELEVISIÓN DEPORTIVO DEDICADO AL FUTBOL  
Y CONDUCTO SÓLO POR MUJERES”

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

PRESENTA:

ALHELÍ DE JESÚS BIELMA DOLORES

**Director de Tesina**  
LIC. ZULLY TOCAVEN CONSTELA

**Revisor de Tesina**  
LIC. FERNANDO ERNESTO ORDOÑEZ GUERRERO

BOCA DEL RIO, VER.

2012



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## INDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I: TELEVISIÓN Y FUTBOL	7
1.1 Breve historia de la televisión Mexicana y su oferta pragmática	7
1.2 Televisión y deporte en México	21
1.2.1 El deporte como género televisivo	21
1.2.2 El periodismo deportivo	28
1.2.3 Los programas deportivos en la televisión mexicana	30
1.2.4 La presencia de las mujeres en la programación deportiva nacional	35
1.3 Breve historia del Futbol	41
CAPITULO II: LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA	45
2.1 El proceso de producción en televisión	45
2.1.1 Preproducción	46
2.1.1.1 Propuesta del programa	47
2.1.1.2 Tomas o planos televisivos	48
2.1.1.3 Movimientos de cámara	49
2.1.1.4 El guión	50
2.1.1.5 La escenografía y la iluminación	54
2.1.1.6 El “casting”	56
2.1.1.7 Vestuario	56
2.1.1.8 Maquillaje	57
2.1.1.9 El personal que interviene en la producción televisiva	59
2.1.1.10 Permisos	72
2.1.2 Producción	72
2.1.2.1 Grabación y reproducción de audio	75
2.1.3 Posproducción	77
2.1.3.1 La edición	78
2.1.3.2 Efectos especiales	79

CAPITULO III: PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA TELEVISIVO <i>MUJERES AL BALÓN</i>	81
3.1 Preproducción	81
3.1.1 Propuesta del programa	82
3.1.2 Guión	92
3.1.3 La escenografía y la iluminación	93
3.1.4 El “casting”	95
3.1.5 Personal que interviene en la producción televisiva	98
3.1.6 Permisos	100
3.2 Producción	101
3.3 Posproducción	105
3.3.1 La edición	105
3.3.2 Efectos especiales	106
CONCLUSIONES	107
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXO	125

## **INTRODUCCIÓN**

La producción audiovisual es todo un arte y requiere de cierta especialización, así como de la adquisición y el dominio de diversas técnicas que van desde cuestiones elementales (qué es un plano, qué es un sonido) hasta conceptos más complicados como el montaje y los tiempos narrativos.

El realizador de productos audiovisuales debe tener en mente que un proyecto de este tipo requiere mucha dedicación, tiempo, esfuerzo y compromiso con el mismo para llegar a obtener un trabajo de calidad.

Además es muy importante tener en cuenta el presupuesto para poder hacer que el proyecto audiovisual progrese, ya que, si no se cuenta con recursos suficientes o que estén a la medida del trabajo que se vaya a hacer, no se van a poder alcanzar los resultados pensados.

Por lo antes señalado es prioritario que se desarrollen en los futuros comunicadores las habilidades necesarias para que desempeñen de manera adecuada a lo largo de las etapas que conlleva la realización de un producto audiovisual; y, al mismo tiempo, es importante que se utilicen las

herramientas que brindan las universidades que cuentan con distintos talleres relacionados con este campo, lo cual es básico y así con la práctica adquirir experiencia.

Es por ello que la presente tesina gira en torno a la producción de un programa de televisión, para lo cual la autora –que fungió al mismo tiempo como productora general- requirió poner en juego todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. En este documento se presenta desde la idea original y la realización de los guiones, pasando por el "*casting*", la dirección de cámaras, la elección del "*staff*" y el montaje de escenografía, hasta la descripción del producto terminado.

La planificación, organización y control que exige la producción de programas audiovisuales tiene que seguir un proceso coherente y estructurado que permita la resolución, con éxito, de todas las actividades que esto implica. La tarea de producción comienza en el mismo momento que se perfila el proyecto e incluso se prolonga después de que éste haya finalizado.

Es importante demostrar que los conocimientos y habilidades que fueron adquiridos a lo largo de los semestres de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Villa Rica, con especialidad en producción, representan las herramientas necesarias para elaborar cualquier material audiovisual, en este caso un programa deportivo enfocado en el fútbol y conducido por tres mujeres que, a pesar de su juventud y de su nula experiencia ante las cámaras, cuentan con amplios conocimientos acerca del tema y colaboraron con entusiasmo para la realización exitosa de *Mujeres al balón..*

## JUSTIFICACIÓN

Como se dijo, esta tesina presenta una semblanza del proceso que se llevó a cabo para producir un programa piloto de carácter deportivo; se eligió dicho género porque es uno de los más vistos en la televisión comercial mexicana; y más aún si se habla del deporte que ha logrado mover a las masas: el futbol.

En este sentido, en el primer capítulo del documento, después de hacer una reseña histórica de los antecedentes de la televisión mexicana y su programación, se incluye una breve semblanza de cómo el deporte se convirtió en un verdadero espectáculo y en uno de los productos mediáticos más redituables, llegando el futbol a ser el más visto de la televisión comercial a nivel nacional. Asimismo se hizo un breve recorrido por los programas televisivos más importantes dedicados, sobre todo, al análisis futbolístico.

Sin embargo, la idea era realizar una propuesta innovadora dentro del campo del periodismo deportivo por televisión; y por ello se planeó producir un programa dedicado al futbol, pero conducido por mujeres. La razón para ello es que, hoy en día, el sexo femenino se ha ido involucrando cada vez más con este deporte, tanto en el papel de jugadoras como de espectadoras; no obstante, a pesar de la presencia femenina ha ido creciendo en este ámbito, en la actualidad no existe un programa deportivo en el cual se otorgue a las mujeres la oportunidad de opinar o criticar al respecto, dejando de ser vistas sólo como un objeto decorativo.

Se consideró que un programa como *Mujeres al balón* podría resultar interesante porque, como se ha mencionado, en el país existen numerosas chicas –y otras no tan jóvenes- que gustan del futbol, que pueden hablar ampliamente acerca de este deporte y que inclusive lo practican de manera

tanto profesional como amateur. Por lo mismo, se incluyeron en el capítulo I algunas reflexiones sobre el papel de las mujeres en el campo del periodismo deportivo por televisión y las dificultades a las que más frecuentemente se encuentran aquellas que desean incursionar en el área.

Con el programa, de alguna manera, se buscó contribuir a modificar el papel que tradicionalmente se le ha dado a la mujer en los medios de comunicación, haciendo a un lado la imagen del mero símbolo sexual para permitirle asumir el rol de una profesionista capaz de conducirse en un terreno generalmente manejado sólo por los varones.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

Producir un programa deportivo dedicado al futbol y conducido por mujeres.

### **Objetivos específicos:**

- Describir los antecedentes de la televisión mexicana y de la programación deportiva nacional.
- Explicar cómo el deporte se ha convertido en un espectáculo televisivo, en especial el futbol.
- Analizar las razones por las cuales existe escasa presencia femenina dentro del periodismo deportivo en televisión.
- Presentar los antecedentes históricos del futbol.
- Realizar el programa *Mujeres al balón* siguiendo las distintas etapas del proceso de la producción televisiva: preproducción, producción y postproducción.

## **CAPÍTULO I**

### **TELEVISIÓN Y FUTBOL**

#### **1.1 BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA Y SU OFERTA PROGRAMÁTICA**

Aunque existen antecedentes desde años anteriores, los primeros pasos de la televisión en México en su etapa experimental, se remontan al año 1934. Guillermo González Camarena, en aquel entonces un joven de 17 años, estudiante del Instituto Politécnico Nacional, realizaba experimentos con un sistema de televisión de circuito cerrado en un pequeño laboratorio montado en las instalaciones de la estación de radio XEFO.

Durante varios años González Camarena trabajó con el equipo que él mismo había construido, hasta que en 1939, cuando la televisión en blanco y negro ya funcionaba en algunos países, impactó al mundo al inventar la televisión en color gracias a su sistema tricromático secuencial de campos.

El ingeniero Guillermo González Camarena obtuvo la patente de su invento tanto en México como en Estados Unidos el 19 de agosto de 1940. Este sistema

de televisión en color se empezó a utilizar con fines científicos (en red; disponible en <http://www.cirt.com.mx/cirt/radio.html>).

La primera transmisión en blanco y negro en México se llevó a cabo el 19 de agosto de 1946 desde el cuarto de baño de la casa número 74 de la calle de Havre, en la capital del país, lugar de residencia de González Camarena. (en red; disponible en <http://tecnologia-educativa888.blogspot.com/2010/01/his-toria-de-la-television-en-mexico.html>). Fue tal el éxito que el 7 de septiembre de ese año, a las 20:30 horas, se inauguró oficialmente la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica: la XEIGC. Esta emisora transmitiría los sábados, durante dos años, un programa artístico y de entrevistas.

En septiembre de 1948 se hicieron transmisiones diarias desde el Palacio de Minería de la Primera Exposición Objetiva Presidencial. Miles de personas fueron testigos del evento gracias a los aparatos receptores instalados en varios centros comerciales. Por todos estos hechos, se le conoce a González Camarena como "el padre de la televisión mexicana".

Propiedad de la familia O´Farrill, XHDF Canal 4, el primer canal comercial de televisión en México y América Latina, se inauguró el 31 de agosto de 1950; un día después, el 1 de septiembre, se transmitió el primer programa, con la lectura del IV Informe de Gobierno del presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés (Mejía Barquera, 2007:4).

La estación televisiva XEW-TV Canal 2, propiedad de la familia Azcárraga, fue inaugurada en 1951; transmitió desde el Parque Delta (actualmente del Seguro Social) en el Distrito Federal. Ese año, XHGC Canal 5, del ingeniero González Camarena, quedó integrado al dial televisivo. Para 1955 se fusionaron esos tres primeros canales -4, 2 y 5-, dando paso a la empresa Telesistema Mexicano. Cabe mencionar que por esa época ya había sido puesto en operación, en el norte

del país, el primer servicio de televisión por cable, aunque su cobertura era muy restringida.

La oferta programática de las primeras estaciones de televisión nacional era escasa. Las horas de transmisión eran pocas debido a que se requería de un fuerte trabajo de producción local. Esta situación comenzó a cambiar para 1959, con la llegada del "videotape". Otras circunstancias que contribuirían fueron: el uso del satélite Telstar en 1963, el enlace con el "Early Bird" en 1965 y la asociación que México llevó a cabo en 1966 con el consorcio Intelsat (Noriega, en red; disponible en [http://www.talentos.net/articulos/historia\\_de\\_la\\_television.html](http://www.talentos.net/articulos/historia_de_la_television.html)). Así la oferta televisiva aumentó considerablemente y poco a poco las familias de varias entidades del país contaron con mayor variedad de programas.

Fue en los años sesenta cuando en muchos hogares se tuvo la posibilidad económica de adquirir el primer televisor blanco y negro, a través del cual se podían disfrutar programas de distintos géneros. Uno de los preferidos era, sin duda, la comedia, con *El show de los Polivoces*, *Chucherías*, *Sonrisas* y *Juan sin Miedo*, entre otros (Guadarrama Rico, 1999:181). En el terreno de la programación infantil destacaba *Teatro fantástico* y comenzaba el éxito de caricaturas como la serie inglesa de *Thunderbird*.

La televisión era por entonces, como ahora, un importante trampolín para los cantantes; de ahí que los programas musicales constituyeran una parte fundamental de la programación de la época, sobresaliendo entre ellos *Premier Orfeón*, que abriría las puertas a "estrellas" juveniles como Enrique Guzmán, Julissa, César Costa, Angélica María y Alberto Vázquez, entre otros; a los grupos de moda, desde La Sonora Santanera y la orquesta de Pérez Prado hasta Los Locos del Ritmo y Los Rebeldes del Rock; y hasta a los exiliados cubanos Bienvenido Granda y Celia Cruz.

En cuanto a las telenovelas o comedias, como se les denominaba popularmente, eran transmitidas en vivo y con una extensión promedio de sólo 45 capítulos, siendo muy exitosas *Corazón salvaje*, *La leona*, *Rubí* y *María Isabel*, por mencionar algunas. En la segunda mitad de la década se comenzaron a producir las telenovelas de corte histórico, como *La tormenta* y *La Constitución*.

Por lo que respecta a los programas noticiosos de esos años, estaban encabezados por *Anatomías*, con Jorge Saldaña; *El primero con las últimas*, conducido por Federico León; y *Su diario Nescafé*, con Jacobo Zabludovsky. Pero, sin duda, fue este último quien, con la serie *Telemundo*, comenzó a sembrar una imagen de credulidad en los hogares con trabajos periodísticos relacionados con acontecimientos relevantes de la época.

No había aún en la televisión mexicana programas deportivos especializados; éstos se escuchaban por radio en las voces de Alfonso Sordo Noriega –conocido como "el maestro de la crónica y la narrativa"-, "El Mago" Septién y otros reconocidos locutores.

En 1968 surgió otra estación televisiva: XHTMTV Canal 8, Televisión Independiente de México, propiedad de un grupo empresarial regiomontano que se instaló en San Angel Inn. Es en este mismo año cuando el país incursionó en la era de las comunicaciones vía satélite al transmitir a todo el mundo los diversos eventos de la XIX Olimpiada México 68.

Para ese momento, y gracias a la conclusión de los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones, tanto el Distrito Federal como el valle de México y varias ciudades de provincia podían captar, mediante antenas panorámicas de hasta seis canales de televisión: 2, 4, 5 y 8; el canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, que operaba en la frecuencia XEIPN y tenía una finalidad educativa y cultural; y XHDF Canal 13, concesionado a Francisco Aguirre Jiménez, pero con

sostenimiento gubernamental. Como bastaba con tener un televisor y mantenerlo conectado a una antena panorámica o aérea para recibir la señal de dichas estaciones, a esto se le denominó *televisión abierta* (Guadarrama Rico, 1999:183), en oposición a la señal de televisión por cable que, hacia 1969, Cablevisión ofrecía para la capital del país.

En 1973 se fusionaron Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México para formar TELEVISA (Televisión Vía Satélite), con el fin de coordinar, operar y transmitir la señal de los canales 2, 4, 5, y 8 (en red; disponible en <http://www.televisa.com/quienes/>). Esta década representó el inicio del auge para la televisión a color –aún rudimentaria en cuanto a tecnología y definición de imágenes-, si bien el mercado seguía dominado por los aparatos telerreceptores en blanco y negro.

A lo largo de los años setenta aparecieron nuevos géneros televisivos, haciéndose muy populares los programas misceláneos como *Domingos Espectaculares* y, más tarde, *Aún hay más*, que se transmitían por canal 4; al mismo tiempo, se consolidaban programas de concurso como *Las 13 preguntas del 13* o *Sube, Pelayo, sube*.

Para los niños comenzó el éxito de *Plaza Sésamo*, *La familia Telerín*, *Topo Gigio*, *Los Picapiedra*, *Los cuatro fantásticos* y *La pantera rosa*, así como programas japoneses al estilo de *Ultramán*, por mencionar únicamente algunos ejemplos; y de manufactura nacional fue *El Chavo del 8*, seguido por *El Chapulín Colorado* (Guadarrama Rico, 1999:187). También surgió el melodrama infantil con *Mundo de juguete*. Por su parte, los adolescentes tuvieron su propia barra de programación, en la que destacaban títulos como *La familia Patridge*, *Señorita Cometa* y *Mi bella genio*.

Otra novedad dentro de la oferta televisiva fueron los melodramas didácticos, al estilo de *Ven conmigo*, que abordaba temas como la responsabilidad paterna y la planificación familiar; pero nunca tuvieron el éxito de telenovelas convencionales como *Los ricos también lloran*, *Simplemente María*, *Rina*, *Muchacha italiana viene a casarse* o *Yesenia*, entre otros muchos títulos.

Las series extranjeras ocupaban un mayor número de horas dentro de la programación, ofreciendo desde historias de superhéroes como *Batman* y *El Avispón Verde* hasta "westerns" como *Bonanza* o *El Gran Chaparral*, pasando por comedias como *Los Beverly ricos* y seriales policíacos (*Columbo*, *Los ángeles de Charlie*, *Hawaii 5-0*), de aventuras (*Daniel Boone*, *Daktari*) y de ciencia ficción (*El túnel del tiempo*, *Dimensión desconocida*, *Viaje al fondo del mar*).

Los años setenta vieron nacer dos opciones nuevas dentro de la oferta televisiva nacional. Por una parte, aparecieron los programas culturales, siendo pioneros en el género los canales 11 y 13; se recuerdan todavía títulos como *Sopa de letras*, *Arreola y sus circunstancias* o *Cine en el Once* (Alvarado y Patán, 2007. En red; disponible en <http://www.letraslibres.com/index.php?art=1-2284>). Por otro lado, se inició la producción y transmisión de programas considerados para adultos, sobre todo aquellos relacionados con el humor, como *La cosquilla*, *Esta noche es Olga* y *La carabina de Ambrosio*.

Para los años ochenta se podía observar una clara tendencia a la "mexicanización" de la programación (Sánchez Ruiz, 2000. En red; disponible en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art5.html>). La mayor parte de los televidentes estaba habituada a la programación ofrecida sobre todo por el consorcio Televisa, conformada por telenovelas, noticiarios, programas deportivos y series norteamericanas, en contraposición a las alternativas menos comerciales que ofrecían los otros canales.

La telenovela era, quizá, el género de mayor audiencia; y dentro de él se dieron dos cambios significativos: se popularizaron los seriales infantiles como *Chispita* y *Carrusel*; y aparecieron, en las historias para adultos, temas fuertes relacionados con la brujería, la maldad y la reencarnación (*El maleficio*, *Cuna de lobos*, *El extraño retorno de Diana Salazar*), así como la incorporación de escenas de cama (*De pura sangre*, *Encadenados*, *Imperio de cristal*), recursos con los cuales las telenovelas de Televisa alcanzaron altas cuotas de "rating". Frente a ello, el canal 13 propuso adaptaciones de obras literarias bajo el formato de telenovela, consiguiendo éxito relativo con *El fístol del diablo*, *Los Pardaillán* y *La montaña mágica*, que representaron el intento de la televisión cultural por competir en un mercado dominado por el consorcio de la familia Azcárraga.

Los niños de los ochenta conocieron nuevas caricaturas como *Don Gato y su pandilla*, *Daniel el Travieso*, *Capitán Cavernícola*, *Tiro Loco McGraw*, *Superamigos*, *Los pitufos* y *Gasparín*, además de nuevos superhéroes al estilo de *He-man*, *Mazzinger Z*, *Robotech* o *Amos del Universo*, que representaban un "reflejo del desarrollo tecnológico que despuntaba en los países más desarrollados del orbe y empezaban a llegar a los espacios domésticos para ir articulando nuevos códigos y conversaciones entre los infantes a propósito de lo que miraban en sus televisores" (Guadarrama Rico, 1999:191).

En cuanto a las series norteamericanas antiguas, ocupaban gran espacio en la barra de la televisión abierta, con títulos como *Los locos Adams*, *La familia Monster*, *Batman y Robin*, *El hombre increíble*, *La mujer maravilla*, *Magnum* y *Barnaby Jones*. Fue también un momento importante para los programas de concurso, sobre todo para los de contenido musical (*XE-TU*, *Sueño posible*), aunque también se mantuvieron algunos culturales, como *Más o menos*. Otros, como *El Club de la Televisión* o *El Club del Hogar*, fueron un recurso para llegar a un amplio sector del público que veía la televisión al mediodía: las amas de casa

(Márquez Quintana, 1996. En red; disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n2/latele.html>).

Un aporte de la década a la oferta televisiva fue el surgimiento de los programas de opinión y debate, que giraban alrededor de temáticas sociales, políticas, económicas o culturales, y en los cuales participaban tanto jóvenes como expertos en las materias a tratar. *Parlamento Juvenil, A capa y espada, A la misma hora, Contrapunto, Diálogos y opiniones* y *Reporte juvenil*, entre otros, cubrieron horas de transmisión tanto en televisión abierta como en la no comercial.

Fue el periodo de apogeo de los programas para adultos, que se distinguían sobre todo por el manejo del "doble sentido" en los diálogos, como *La hora del Loco, No empujen, ¿Qué nos pasa?, El show del Loco* y *Cotorreando la noticia* (Guadarrama Rico, 1999:192-193). Pero también hubo programas cómicos de humor blanco, menos audaces, como fue el caso de *Cachún, cachún, ra, ra, Mi secretaria* y *Nosotros los Gómez*.

Mención especial merecen los programas de revista o variedades, como *Siempre en domingo*, escaparate para el lanzamiento y la consolidación de las "estrellas" del momento, sobre todo para el público juvenil. Es la época de grupos como Timbiriche, Menudo, Los Chamos y Flans y de solistas como Luis Miguel, Lucero y Lorenzo Antonio.

Por lo que respecta a los noticiarios, ocupaban un sitio relevante dentro de la programación en señal abierta. Los más populares fueron los de Televisa (*Muchas noticias, Hoy mismo, 24 horas de la tarde, En contacto directo, 24 horas de la noche*), al grado que se llegó a decir, humorísticamente, que el director de noticieros de esta empresa era el verdadero "ministro de comunicaciones" en México (Orozco Gómez, 1996:124). Sin embargo, otros canales también ofrecían programación informativa: el 13 transmitía *Siete días, La guía de cada día* e

*Imevisión informa*; y a través del canal 11 se podían ver *Enlace* y *Hoy en la cultura*. A finales de la década surgió el sistema ECO, de noticias continuas, operado por Televisa.

La programación cultural fue apoyada principalmente por las televisoras regionales a través del Instituto Mexicano de Televisión o IMEVISION , empresa que remonta sus orígenes a 1983 cuando se creó la empresa Televisión de la República Mexicana (TRM) durante el gobierno de Miguel de la Madrid, quien un año antes decide anexar la recién disuelta Televisión Rural Mexicana y los canales 13 y 22 en la Ciudad de México, además de otras redes estatales de televisión al recién formado Instituto Mexicano de la Televisión. En 1983, también se creó el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

En 1985, el Instituto cambia su nombre a Imevisión, para su identificación con fines comerciales y financieros, y el 15 de mayo de ese mismo año sale al aire el Canal 7 de la Ciudad de México; la creación de este canal obligo a mover, por cuestiones técnicas, el canal 8 de Televisa convirtiéndolo en canal 9. En ese año Imevisión empieza a operar las redes nacionales de los canales 7 y 13, el 22 del Distrito Federal, y comercialmente, el 11 del Instituto Politécnico Nacional, (Aguilar Méndez *et al*, 2006:294), ofreciendo sobre todo, y en horario matutino, seriales con reportajes relacionados con temas que mostraban la identidad nacional; tal fue el caso de *Tianguis*, *Orfebres*, *Folkloristas*, *Artesanos*, *El hombre y el campo* y *Oficio de...* Por su parte, la televisión comercial cedió la barra matutina de una de sus cuatro señales para la emisión de programas universitarios elaborados por la UNAM, básicamente documentales y concursos (*Estudio 54*, *Videocosmos*); en este sentido, cabe recordar que, desde sus inicios, la productora de televisión de la UNAM se dedica a la elaboración de programas con temas de carácter cultural y científico que constituyen un vínculo entre la comunidad universitaria y la comunidad nacional (Caso Niebla *et al*, 2004:40). Fueron frecuentes también las

transmisiones de conciertos de música clásica, funciones de ballet y recitales de ópera, al igual que series extranjeras basadas en obras literarias universales.

En 1985 se pusieron en órbita los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones: Morelos I y II, que mejorarían de manera sustantiva el enlace de las telecomunicaciones en el país (Santos Corral, 2000:118). En 1992 y 1993 se colocaron otros dos satélites, Solidaridad I y II; en ellos se utilizan las tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 países del continente americano. Gracias a esta conexión, la señal de Televisa, sobre todo, pudo difundirse, a través del Sistema Univisión, a los grupos hispanoparlantes de 18 países del continente americano.

Los años ochenta significan asimismo una redefinición del uso del televisor, pues fue la época en que, además de que los receptores en blanco y negro fueron desplazados por los de color, apareció la videogradora, que se transformó en poco tiempo en un complemento común del televisor. Si bien es cierto que en México existe muy poca información sobre el número de videogradoras en los hogares, algunas fuentes señalan que, para 1984, *"existían entre 150 y 200 mil. A partir de 1985 la cifra creció vertiginosamente y para fines de los ochenta se tornó aún más efervescente. Samuel Kreimerman, Presidente de la Asociación de Productores y Reproductores de Video, asegura que en 1988 existían aproximadamente de 3 a 4 millones de videocaseteras Beta y 100 mil VHS"* (Erreguerena, 1997, en red; disponible en <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n8/josefa9.htm>).

Con todo esto el consumo televisivo, en especial los fines de semana, se vio disminuido; frente a ello, las televisoras tuvieron que ajustar su programación de sábados y domingos para ofrecer, en mayor número, películas y reportajes,

además de eventos deportivos de todo tipo. Otro cambio fue la aparición de Multivisión, nueva alternativa de televisión por cable.

El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasó nuevamente al sector privado. Junto con el 13 y su red nacional fueron desincorporados el Canal 7 con sus repetidoras en la República y el Canal 2 de Chihuahua, el canal 22 y el 8 de Monterrey (Ahumada Barajas, 1997:69). Para efectuar la desincorporación, el gobierno tuvo que regularizar la situación legal de los canales, pues muchos de ellos, especialmente los de la red 7, tenían el estatuto de permisionados, lo cual impedía formalmente su venta debido a que la legislación sobre la materia señalaba que solamente los canales concesionados podían cederse en operaciones de compraventa.

El gobierno creó entonces una serie de empresas paraestatales -la más grande llamada Televisión Azteca- para que se convirtieran en concesionarias de los canales que conformaban las redes 13 y 7. Al final se pusieron a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7). Paralelamente, se disminuyó el apoyo a las televisoras regionales, quedando como señal cultural, de pretendida cobertura nacional, el canal 11 Por ello fue que se favoreció, también en 1993, la creación de otra estación televisiva cultural: el canal 22, de cobertura restringida al Distrito Federal y su zona conurbada.

La privatización de los que fueran canales del Estado se llevó a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participaron cuatro sociedades empresariales y en el cual resultaría elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego, propietario de la cadena de tiendas de artículos electrodomésticos Elektra. El grupo adquiriente pagó alrededor de 650 millones de dólares por un "paquete de medios" que incluía, además de las

cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal (Gámez Vázquez, 2006:209-210). En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevaría el nombre de TV Azteca.

A partir de ese momento, Televisa y TV Azteca comenzaron a luchar por ganar audiencia a través de cuatro cartas principales: las telenovelas, los noticiarios, los dibujos animados y los paquetes publicitarios para anunciantes. En el primer caso, se ampliaron tanto los horarios de transmisión como los contenidos; y mientras Televisa apostaba por historias "rosa" que llamaran la atención de madres de familia, adolescentes y niños (*Rosa Salvaje, Alondra, Muchachitas, El privilegio de amar, Soñadoras, El diario de Daniela, Tres mujeres, Nunca te olvidaré*), TV Azteca comenzó con la emisión de melodramas producidos en otros países, como telenovelas venezolanas y algunas manufacturadas en Miami (*Café con aroma de mujer, Doña Bella, Pantanal, Señora Tentación*), hasta que, bien entrada la década, comenzó a ganar terreno con producciones de enorme éxito, como *Mirada de mujer, Nada personal, La vida en el espejo* o *Demasiado corazón*, que abordaban temáticas no tratadas antes en el melodrama mexicano, tales como el narcotráfico, la corrupción, el SIDA, la impotencia sexual, la menopausia, el cáncer, la homosexualidad, etc. (Hernández Carballido, 2008:226).

La competencia por el "rating" en cuanto a los noticiarios llevó a que este género ocupara tres regiones clave en la barra programática: durante la mañana, por la tarde (mediodía) y pasadas las 22 hrs. Si bien en todos se podía encontrar información similar, matizada por su propia perspectiva y tratamiento, todos comparten el afán de alcanzar la mayor credibilidad en el manejo de las noticias.

Al respecto de los dibujos animados, la televisión abierta ofreció una amplia gama que iba desde aquellos dirigidos a los más pequeños, como *Winnie Pooh* y

*Yogui* hasta caricaturas para adolescentes y adultos (*Garfield y sus amigos*, *Los Simpson*), pasando por seriales telenovelescos para niñas, como *Candy, Candy*, y aventuras para los chicos al estilo de *Los Thundercats*, *Moto-Ratones de Marte*, *Dragon Ball* o *Caballeros del Zodiaco*.

Los noventa fueron, igualmente, un periodo importante para los programas de concurso, tanto nacionales como extranjeros, diversificándose sus auditorios, pues los hubo infantiles, como *En familia*, con "Chabelo" (que se transmitía desde finales de los años sesenta), *El Club de Gaby* o *Xuxa Park*; y dirigidos al público en general: *Sábado gigante*, *El gran juego de la oca*, *TV.O*, *Atínale al precio*, *Rola la rola* o *Jeopardi*.

Un género novedoso fue el de los "talk shows", muchos de ellos con contenidos que habían sido, hasta entonces, tabúes en la televisión nacional. Se llama así a aquellos programas en el que un conductor o conductora organiza un espectáculo en un estudio de televisión, mediante los testimonios o entrevistas a una serie de invitados que acceden a platicar o a ventilar sus conflictos ante un público presente, y ante miles o millones de telespectadores (Gamboa Cetina, 2001, en red; disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/41gamboa.htm>); los más conocidos ejemplos de esto son *Íntimamente Shanik* y *El show de Cristina*. También aparecieron, con regular éxito, los programas de nota roja, como *Ciudad desnuda*, *Fuera de la ley*, *Duro y directo* o *Primer impacto*.

En mayo de 1995, el Congreso de la Unión aprobó una Ley Federal de Telecomunicaciones por medio de la cual se abrieron todos los segmentos de este rubro a la competencia (Calderón, 2005:163); así, por ejemplo, se establecieron las condiciones para que el capital privado participase en la comunicación por satélite, actividad que había sido hasta ese momento exclusiva del Estado. El 9 de marzo las empresas Hughes Communications de Estados Unidos, Organización

Cisneros de Venezuela, Televisión Abril -de nacionalidad brasileña- y MVS Multivisión de México dieron a conocer la creación del consorcio Galaxy Latin America. Se trataba de una alianza estratégica para lanzar al mercado DirecTV, un servicio de televisión vía satélite "directo al hogar" (DTH) con cobertura latinoamericana.

Ante la solidez mostrada por el proyecto DirecTV, el consorcio mexicano Televisa, el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O'Globo y la compañía Tele Communications Internacional Inc. (TCI), la operadora de sistemas de cable más grande de Estados Unidos, decidieron unir esfuerzos y firmar, el 20 de noviembre de 1995, un convenio para prestar de manera conjunta el servicio de televisión directa vía satélite en Latinoamérica (en red; disponible en <http://www.infoamerica.org/grupos/televi-sa02.htm>). En esta sociedad, Televisa, News Corporation y O'Globo aportaban cada una el 30% de la inversión, mientras que TCI participa con el 10% restante.

El servicio se proporcionaría a nivel latinoamericano por medio de los satélites Panamsat, aunque en México Televisa decidió hacerlo inicialmente a través del sistema Solidaridad. El nombre que se asignó a este nuevo proyecto es el de Sky Entertainment Services; sin embargo, para fines publicitarios se le conoce simplemente como Sky. Al igual que DirecTV, se proyectó que Sky comenzara a funcionar en el segundo semestre de 1996.

A partir de lo anterior es fácil comprender que el panorama televisivo mundial ha experimentado una transformación decisiva en los últimos años. Nuevos canales, nuevas empresas, televisiones locales, internacionalización en la recepción de señales por satélite, televisión por cable, etc., son algunas de las novedades en el ramo. La multiplicación de la oferta ha hecho que la producción de programas de calidad televisiva experimente una fuerte expansión. Además

hay que recordar que la televisión fomenta la supervivencia de numerosas industrias colaterales.

## **1.2 TELEVISIÓN Y DEPORTE EN MÉXICO**

### **1.2.1 El deporte como género televisivo**

A partir de lo expuesto en el apartado anterior es posible darse cuenta de que, en la actualidad, la televisión mexicana -tanto abierta como restringida ofrece una gran variedad de géneros programáticos destinados al entretenimiento de la sociedad. Por ello se considera importante iniciar esta sección definiendo, en principio, qué son los géneros, para luego abordar la especificidad de los géneros televisivos.

Cebrián Herreros (citado en Martínez Rodríguez, 2008:221) comenta que los géneros *"nacen por el impulso intuitivo y creativo de un autor para plasmar una necesidad comunicativa"*; y que aparecen históricamente como una manera o forma de aproximación y configuración de la realidad por parte de los usuarios. Surgieron en el campo literario y posteriormente se han adaptado y desarrollado en otros ámbitos, como el cine o la televisión. Asimismo, propone que los géneros sean entendidos como tratamientos mediadores de la realidad y, por tanto, con posibilidades de ser empleados en los relatos de ficción y en los de hechos reales; en este sentido, cada autor debe elegir según su actitud ante la realidad y según como desee transmitir su visión del mundo a los demás.

Así, desde la perspectiva de la comunicación, los géneros son entendidos como formas de la construcción social de la realidad que generan los medios; es decir, son modos de configuración de la realidad. Los profesionales emplean estos

recursos para dar, de una manera o de otra, su visión de la actualidad y una interpretación de la sociedad. Esto es: el mismo hecho puede afrontarse de diversas maneras, dependiendo del género que se esté manejando.

En otras palabras, los géneros son los tipos específicos del contenido de los medios. Cada categoría se define por convenciones tradicionales; pero, sobre todo hoy día, pueden solaparse para dar lugar a géneros híbridos.

Nora Mazziotti (2001:182-183) explica que los géneros, en cualquier formato –sea cinematográfico, radiofónico, periodístico o televisivo-, *"pueden ser entendidos como conjuntos de convenciones compartidas. No sólo con otros textos pertenecientes a un mismo género, sino también entre textos y audiencias, textos y productores, productores y audiencias. Se trata de un intercambio, de una mediación (conocida, aceptada tácitamente) que cuenta con el consenso cultural"*, agregando que pueden equipararse a las fórmulas; pero sin que este concepto se piense de manera peyorativa. Asegura que los géneros *"constituyen una práctica cultural, un conjunto de características que se modifica en cada nuevo ejemplo que produce. Se los define como sistema de orientaciones, expectativas y convenciones que circulan entre la industria, los sujetos espectadores y el texto"*.

Después de haber dado algunos puntos que permitan conformar una definición de los géneros, a continuación se hablará en particular de los géneros televisivos.

Desde el punto de vista de Lewin y Dinardi (2007:259), los géneros televisivos *"pueden pensarse como modalidades de presentación del contenido que contactan al televidente con el emisor. Este contacto está conformado por un conjunto de expectativas y de reglas de reconocimiento e interpretación que han sido elaboradas por su memoria cultural –personal y grupal- y que junto a su experiencia de exposición a otros textos le permiten realizar comparaciones"*

*intertextuales*". Así, el auditorio genera expectativas culturales acerca de cada género televisivo, y éstas constituyen lo que se denomina "pacto de lectura o de interpretación".

Jesús Martín Barbero (citado en Orozco Gómez, 2006:125) ha dicho al respecto que los géneros televisivos son *"una combinación específica de códigos que resultan en modos particulares tanto de estructuración del discurso de la TV como de sus posibles televidencias"*, a lo cual cabe añadir que cada género tiene sus propios mecanismos.

Para Lochard y Boyer (citados en Amigo Latorre, 2002:1), *"un género es en la televisión, como en otras prácticas culturales, un medio para establecer con el destinatario un contrato de lectura que enmarque su actitud de recepción; pero también, de manera retroactiva, el trabajo de producción de mensajes emitidos. Incluso cuando el telespectador no es consciente de ello, él adopta, después de un recorrido de los índices del peritexto (anuncios, genéricos, etc.), o del texto mismo (verbal, visual, sonoro), una posición de lectura que orienta, en virtud de un acuerdo implícito, sus expectativas y sus actitudes"*.

El género es una herramienta fundamental tanto en la relación entre la cadena o estación transmisora y el telespectador, como en el proceso de construcción de sentido de los programas. A través del género, la cadena televisiva regula las expectativas que construye el público respecto al tipo de acto comunicacional que se realiza en un programa en particular y en sentido inverso, el género es aquello que permite al espectador evaluar la coherencia y el estatus de la enunciación en un programa específico.

Cada género televisivo presupone una disposición diferente del espectador hacia él, al tiempo que presupone un tipo de relación con la audiencia (Tucho,

2008:89). De esta manera, el género se convierte en un criterio fundamental tanto para la producción de los programas televisivos como para la interpretación de éstos, podría decirse entonces, que tiene una doble funcionalidad: por una parte, su utilidad económica, pues permiten estandarizar la producción en serie de los productos televisivos y por otro lado, una perspectiva cultural, pues de algún modo determinan la gana de placeres, por decirlo así, que los televidentes deben esperar de un determinado programa, controlan la polisemia al promover un contexto de interpretación para el producto televisivo y activan las competencias de las audiencias y las relaciones con textos similares ya conocidos (Lewin y Dinardi, 2007:259).

La televisión mexicana actual, como la de muchos otros países, ofrece una gran variedad de géneros entre los cuales el auditorio puede elegir, uno de estos géneros es el deportivo. Los deportes de masas como el fútbol constituyen un verdadero fenómeno sociológico. Actúan como aglutinador social y hacen que los espectadores se sientan parte del juego, de una comunidad que siente y vibra con cada jugada.

Las relaciones entre televisión y deporte llegan a ser tan estrechas que el medio ha llegado a modificar reglamentos y estadios; y, ya en otro plano, su dimensión mercadológica es tal que algunas televisoras han llegado a peligrar económicamente por pagar los derechos de emisión de los principales eventos. Dicha relación, mediatizada por la audiencia, explican Ferrand *et al* (2007:52), lleva a las cadenas a programar masivamente los deportes más seguidos, dejando a un lado los demás deportes.

El deporte-espectáculo encuentra en la televisión su principal medio de difusión; como el espectáculo puede ser captado por varias cámaras, se logra una gran fidelidad de los acontecimientos en el mismo momento en que suceden. Los comentaristas de televisión, a diferencia de los de radio, se encargan de

complementar la información visual. Estas características inciden en el guión correspondiente, cuya base principal es la planeación de tomas y textos complementarios para los comentaristas (Linares, 2000:166).

Nadie puede dudar que el deporte ha adquirido una destacada situación entre las formas de espectáculo de las sociedades contemporáneas. Ni tampoco, por supuesto, que el medio televisivo constituye un elemento central de esas sociedades.

Las interrelaciones son tan antiguas que, de hecho, ha sido habitual que muchas de las primeras retransmisiones televisivas hayan sido eventos deportivos: el “*derby*” hípico de Epsom en 1932 en el Reino Unido, los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936 en Alemania, un partido de béisbol en 1939 en Estados Unidos y el enfrentamiento futbolístico entre el Real Madrid C.F. y el Barcelona F.C. en 1959, por mencionar algunos ejemplos (en red; disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/accesibilidad.php?c=&inc=television&blk=8&pag=1>). En suma, que deporte y televisión están condenados a entenderse en un maridaje del que uno y otra extraen beneficios y provechos mutuos.

Hoy el deporte del siglo XXI navega en la ideología del entretenimiento, donde televisión y deporte parecen haber sido creados el uno para el otro. Van de la mano por pistas, pantallas, colores y estadios. El deporte en general ocupa un lugar cada vez más destacado dentro de la oferta televisiva. Sería válido decir que el deporte profesional y la televisión viven una simbiosis, al grado que, en países como EU, incluso el deporte universitario depende en gran medida de la televisión para sus ingresos.

La presencia del deporte en la televisión mexicana ha venido creciendo fuertemente en los últimos años. Las transmisiones deportivas ocupan, al menos, el 10% del tiempo aire de las estaciones de televisión y son consideradas como el

espectáculo ideal, entre otras cosas, porque atraen grandes audiencias y porque, a diferencia de casi toda la producción televisiva -sea propia o ajena-, son un producto que posee reglas universales y que se puede programar instantáneamente, o casi. Además el deporte puede asociarse con valores sociales positivos como la vida sana, la juventud, la vitalidad, etc.; y, por añadidura, los costos de producción de los programas deportivos, por hora emitida, son aceptables y, en casi todos los casos, modestos si se les compara con los de la ficción original o los programas de entretenimiento.

Habitualmente, los programas deportivos se articulan a partir de la emisión de diversas retransmisiones; algunos están conformados por emisiones en directo que se combinan con reportajes temáticos y resúmenes de diversos deportes. Un presentador introduce las distintas secciones, las cuales a su vez son narradas por sus correspondientes locutores, y se realizan análisis estadísticos y críticos de los últimos acontecimientos del mundo del deporte. Las retransmisiones pueden ser en directo o diferidas. El mayor porcentaje se realiza en directo, ya que la inmediatez es una de las esencias de la emoción del deporte. En cuanto a las emisiones diferidas, suelen deberse a cuestiones de derechos de emisión y a problemas con los horarios de las pruebas, es decir, debido a las diferencias horarias entre los diferentes países o continentes; por ejemplo, un partido de fútbol puede tener lugar en el día, aunque en el país en que se va a transmitir, por la diferencia de horas, se vería de madrugada, cuando habría un público mínimo; en ese caso, se opta por diferir la transmisión y pasarla a un horario con mayor audiencia.

Estos programas quedan comprendidos dentro de los llamados eventos especiales, parte de la producción televisiva encargada de aquellos programas con características específicas realizados fuera de estudios; sin embargo, los programas deportivos en estudio nacen como una respuesta a la afición que busca conocer más acerca de su deporte favorito.

Existen dos formatos para los programas deportivos en estudio (en red; disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag9.html>):

- *Los informativos*: Siempre situadas al final de las diferentes emisiones de noticiarios generales, las secciones deportivas viven su mayor apogeo desde finales de la década de los noventa, llegando a ocupar más de un tercio del programa completo. El resultado es que se da más importancia a informaciones sobre las actividades del día a día de las estrellas del fútbol que a informaciones políticas o culturales. La estructura de las informaciones deportivas de los informativos es simple: con mucha frecuencia una noticia deportiva aparece en los titulares; cuando llega el tiempo de la sección, un presentador da paso a diversas notas informativas, alternándolas en ocasiones especiales con entrevistas en el estudio. Siempre se potencian la polémica y la glorificación de los eventos.
- *Programas especializados*: Presentan, por lo general, una estructura similar de programa de variedades y una duración alrededor de la hora. Son generalmente temáticos, girando en torno a uno o varios deportes. El modelo habitual se distingue por estar conducido por uno o más presentadores y siempre con intervenciones de colaboradores que ofrecen una perspectiva de la actualidad del deporte en cuestión, aderezado con notas que pretenden mostrar su faceta más espectacular y desenfadada.

Alrededor de 100 horas semanales de programación deportiva es emitida por canales abiertos y de cable. Las pantallas no sólo cubren los deportes más tradicionales y "televisivos", como el fútbol, el boxeo y el automovilismo, sino también los partidos de la Liga Mundial de Voleibol, las copas latinoamericanas de fútbol, la NBA, los Campeonatos Mundiales, los Juegos Panamericanos y los Juegos Olímpicos. De este modo, las transmisiones y retransmisiones deportivas

prácticamente encabezan el "ranking" de audiencia de los programas más vistos a nivel mundial; y, al mismo tiempo, la televisión es el mayor escaparate del gigantesco mercado mundial que conforma el deporte.

Algunos espectadores han llegado a afirmar que en televisión no existe nada más realista que el deporte transmitido, por lo cual las emisiones deportivas llegan a ser parte de una historia, como si fueran un relato en el que existe un protagonista (fútbol, tenis, basquetbol, atletismo, beisbol, etc.) que busca obtener una victoria. Siempre existe un final feliz para alguien, tanto jugadores como espectadores, y son precisamente éstos los que se identifican con los protagonistas, sintiéndose parte de la historia deportiva y tomando valores como el honor, el orgullo, la superación y la victoria (en red; disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag1.htm>).

Hoy, el deporte recibe sus mayores ingresos de la televisión, e inclusive se estudia la posibilidad de modificar reglamentos deportivos para favorecer la mayor introducción de publicidad. En suma, televisión y deporte se necesitan mutuamente. El desarrollo de una coincide con la evolución del otro, y la parafernalia que rodea a uno no sería posible sin la sofisticación imparable e imprevisible de la otra.

### **1.2.2 El periodismo deportivo**

El deporte constituye un factor decisivo en el proceso de comunicación, al grado que suele decirse que la humanidad *"ha tenido en el deporte una de las causas propagadoras de comunicación al originar estados de interés por el hecho deportivo, al seguirse y solicitarse de éste, cada vez en mayor medida, la información y alcanzar cotas de difusión, en nuestros días, jamás obtenidas por otras áreas o materias"* (Blázquez, 2000:232-233).

Así, la evolución del deporte ha sido uno de los fenómenos que más comunicación ha promovido entre los hombres a lo largo de la historia. Las competiciones deportivas han contribuido tanto al desarrollo de las comunicaciones interpersonales como a la superación de barreras lingüísticas, ideológicas y religiosas. Esto es, el espectador deportivo se coloca por encima de todo aquello que impide la comunicación entre los hombres.

Además el deporte promueve la comunicación por su interrelación con las diversas áreas de la sociedad, de igual modo que es generador de comunicación por la heterogeneidad de su lenguaje, con su terminología propia y sus signos inconfundibles que necesitan ser traducidos a todos los idiomas. Por decirlo así, es como si tuviera su propia filosofía de la comunicación.

Sobre todo en las últimas décadas, la actividad informativa se ha visto potenciada enormemente al cubrir los acontecimientos deportivos, a los cuales se les dedican espacios privilegiados de los tiempos de cobertura. Las secciones de deportes en televisión, como en los otros medios, tienen más audiencia que otros segmentos de la programación; son considerados, de hecho, como los sucesos comunicativos más difundidos.

Lo anterior ha obligado a la creación de un periodismo especializado a escala internacional. En cualquier medio, se llama periodismo deportivo a la forma del periodismo que informa sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos del interés de la opinión pública regional, nacional o internacional. Mientras en muchos medios de comunicación los periodistas dedicados al reportaje deportivo son llamados los *profesionales del juego*, en realidad esta área ha crecido en importancia a medida que el deporte mismo se ha convertido en un poder económico e influyente.

Antes los periodistas deportivos de cualquier medio solían ser autodidactas; hoy día se trata de profesionales con amplia capacidad como narradores, entrevistadores, investigadores, reporteros, comentaristas y animadores-locutores. De igual modo, el periodismo deportivo *"es un contenedor de géneros que se yuxtaponen para formar híbridos"* (Gil San Julián, 2009:213), los cuales son conocidos a la perfección por quienes se dedican a este campo de la comunicación.

El periodismo deportivo es un elemento esencial de todas las organizaciones de la información en la actualidad. Existen asociaciones y gremios influyentes de periodistas deportivos en los diferentes países e incluso a nivel regional e internacional que se dedican a la cualificación del oficio de transmitir información específicamente deportiva. De la misma manera, algunos medios de comunicación se especializan sólo en información deportiva.

### **1.2.3 Los programas deportivos en la televisión mexicana**

Si bien el boxeo y la lucha libre eran los deportes más populares en los primeros tiempos de la televisión, hoy en día el fútbol ha invadido las pantallas de casi todos los países al grado que, en América Latina, las estaciones destinan un promedio de 15% de sus recursos a las transmisiones deportivas, dedicándolo casi en su totalidad al balompié. La razón de ello es que, como señala Núñez Pérez (2001:216), *"la televisión es el medio predominante en la era de la imagen en la que nos encontramos inmersos. Sin la presencia de las cámaras cualquier acontecimiento deportivo deja de tener repercusión y pasa desapercibido por grande que sea el aforo en el que ocurra. La popularidad del deporte se basa en la televisión, de igual forma que la televisión se basa en el deporte para conseguir audiencia. Deporte y televisión se benefician mutuamente"*.

Antonio Alcoba López (2005) es enfático al señalar que la comunicación deportiva –en cualquier medio- ha pasado, de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad; y el periodismo deportivo, enaltecido por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideología y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia.

Hacia los años cuarenta y cincuenta del siglo pasado, la expansión de los medios masivos de comunicación y el espectáculo deportivo en México crecieron juntos y se influyeron mutuamente. Con la labor informativa de los medios, que cubrían a los protagonistas del deporte, se contribuía a incrementar el interés del público, lo cual se reflejaba tanto en la asistencia a los estadios como en la audiencia de la programación, primero radiofónica y luego televisiva. A las jornadas deportivas dominicales les seguían el análisis, la crónica, los comentarios y las críticas de los partidos, además de las declaraciones de los involucrados. El análisis ofrecido no era profundo; más bien se buscaba un producto periodístico que fuera del interés de los aficionados, a la vez que entendible para un público no especializado.

Las transmisiones televisivas de fútbol comenzaron a tomar fuerza para los años cuarenta. Al llegar los años sesenta, y con el crecimiento y el auge de la televisión, el fútbol se catapultó a otras instancias informativas y tecnológicas, más allá del periodismo impreso. El lenguaje cambió y surgieron los superestrellas de la crónica como Ángel Fernández, Fernando Marcos, Daniel Pérez Alcaraz, Fernando Luengas o Roberto Guerrero Ayala. Todos ellos representaban claramente la cara de un periodismo que se enriquecía con el desarrollo del balompié (Lara, 2007, en red; disponible en [http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com\\_content&task=view](http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com_content&task=view)).

Las primeras emisiones destinadas al deporte en México se limitaban a la narración de los partidos. Uno de los pioneros en este campo es, sin duda, José Ramón Fernández, quien desde 1970, en Puebla, trabajaba para un canal local de televisión, que era propiedad de [Televisión Independiente de México](#) (TIM); en dicha estación, entre sus funciones estaba la narración de los partidos de fútbol. Fernández era conocido por empezar a desarrollar un estilo periodístico crítico en torno a los deportes.

Fue por entonces que empezó a surgir lo que hoy es la gran tribu del fútbol, comandada por los cronistas, aquellos narradores “de fábula” que hacían del máximo deporte una especie de narcótico popular que la gente festejaba cuando el canto del gol de Ángel Fernández les hacía perder el equilibrio, gritar o llorar según el caso; y en donde la masa, atrapada por la voz del locutor, se convertía, sin saberlo, en “*un producto de la cultura popular de ese conquistador llamado televisión*” (Monsivais, citado en Lara, 2007, en red; disponible en [http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com\\_content&task=view](http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com_content&task=view)).

En México el primer programa deportivo surgió entre 1973 y 1974 bajo la dirección de Luis de Llano: *DeportV: El ancho mundo del deporte*, con la conducción, precisamente, de José Ramón Fernández; se trataba de un programa informativo que daba a conocer los acontecimientos más importantes dentro del ámbito del deporte, así como análisis de jugadas y reseñas de partidos. Hoy día está considerado como el programa deportivo más antiguo de la televisión mexicana.

*DeportTV* surgió cuando el Canal 13 era todavía propiedad del estado; cuando Imevisión pasa a ser Televisión Azteca, Fernández inició el programa *En Caliente*. Cuando nació TV Azteca, en 1993, se incorporó una serie de novedosos programas; sin embargo, se decidió mantener aquellas producciones que traían

una larga trayectoria y que eran mas comercializadas, como *DeporTV*, que era una de las emisiones añejas que valía la pena conservar gracias a la tradición y penetración que tenía, aún cuando esto fuera con un público muy específico.

Después de celebrar las tres primeras décadas del programa, y por cuestiones de salud, José Ramón Fernández abandonó *DeporTV* a mediados del 2006 y se incorporó a la cadena de deportes ESPN, donde alternaría con muchos de sus discípulos como Carlos Albert, Rafael Puente, Ciro Procuna y David Faitelson en programas como *Futbol Picante* y *Cronómetro*. Actualmente *DeporTV* se mantiene dentro el gusto del público mexicano, mejorando los niveles de audiencia y competencia y siendo conducido por el grupo de comentaristas de TV Azteca (en red; disponible en <http://es.wikipedia.org/wi-ki/DeporTV>).

*DeporTV* abrió las puertas para un importante campo dentro de la producción televisiva. Actualmente tanto la televisión abierta como la de paga ofrecen un amplio panorama de opciones en cuanto a programas deportivos, algunos enfocados en un solo deporte, aunque la mayoría ofrece segmentos dedicados a varios de ellos, en especial al futbol.

Entre los programas con mayores niveles de audiencia, además de *DeporTV*, pueden mencionarse los siguientes:

1. En televisión abierta:

- *Los protagonistas*: Emisión nocturna de TV Azteca, encabezada por André Marín y Enrique Garay, donde se presenta la información deportiva que se ha desarrollado en el transcurso del día en cuanto al futbol nacional e internacional, el basquetbol, el atletismo, el futbol americano y el beisbol, entre otros deportes, con el sello polémico que caracteriza a los conductores.
- *Sólo de futbol*: Forma parte de la barra de Televisa Deportes. Pasa de lunes a jueves, a las 22:30 hrs., por el canal 4.

- *La jugada:* Se transmite por "el canal de las estrellas" de Televisa los domingos a las 10:00 de la noche, por lo que constituye un resumen de deportes de toda la semana. Lo conducen Javier Alarcón y su equipo, entre ellos Miguel Gurvitz, Ricardo Pelaez, Octavio de Valdez, Enrique Burak y Jorge Pietrasanta.
- *Noticiero Televisa Deportes:* Se presenta de lunes a viernes, a las 11:15 de la noche, con Javier Alarcón y Gerardo Liceaga. Es un resumen con la información más importante y sobresaliente del día en materia deportiva: además cuenta con secciones de análisis, reportajes y espacios para toda la comunidad que gusta del deporte, entre ellos una sección semanal en la que asisten al estudio árbitros y directivos. También tiene gran interactividad con la audiencia, ya que un miembro del público diariamente da una nota formando parte del noticiero (con la oportunidad de que si contesta correctamente una respuesta de carácter olímpico, puede repetir al día siguiente).
- *Acción:* Es considerado como el resumen deportivo de mayor tradición en la televisión nacional. Se transmite los domingos, a las 6 de la tarde, por Televisa.
- *Más deporte:* Constituye otra manera de ver los deportes, pues cuenta con secciones especiales dirigidas tanto para los conocedores del deporte como para los niños. Como pasa los domingos por la mañana, ofrece un resumen de la trayectoria de la semana; se presenta la jornada sabatina del futbol mexicano, al igual que los previos para los partidos del domingo, así como reportajes, entrevistas y notas de color, además de diversas secciones para que el público participe e interactúe desde sus hogares. Es otra realización de Televisa.

## 2. En televisión de paga:

- *Futbol picante*: Se transmite los domingos por ESPN Dos en horarios diferentes y cuenta con un panel de especialistas de primer nivel (varios de ellos "egresados" de TV Azteca), como José Ramón Fernández, Rafael Puente, David Faitelson, Ciro Procuna, Carlos Albert, Héctor Huerta, Daniel Brailovsky, Felipe Ramos Rizo, Heriberto Murrieta y Ángel García Toraño. Está considerado como un buen programa de análisis y comentarios, con verdaderos expertos en el tema.
- *ESPN Radio Fórmula*: Originalmente se trataba de un programa radiofónico; ahora se puede ver por televisión a través de ESPN Dos de 15:00 a 16:00 hrs. Conducido por Heriberto Murrieta, Daniel "Ruso" Brailovsky y Carlos Albert, además del equipo de comentaristas, colaboradores y las personalidades de ESPN.
- *La fórmula es deporte*: Transmitido por TeleFórmula todos los días a las 17:00 hrs., es un programa que tiene como objetivo informar al auditorio sobre todo lo que ocurre en los deportes tanto nacional como internacionalmente. Participan comentaristas de gran experiencia como Raúl Orvañanos Marín, Aldo Fernández, Jorge Witiker y Gonzalo Farfán. Casi siempre se enfoca en el fútbol.
- *Score final*: Noticiero deportivo emitido de lunes a viernes a las 20:30 hrs. por la cadena MVS Television (canal 52), y los domingos a las 20:00 hrs. Es un programa con buena información; aborda un poco de todos los deportes nacionales e internacionales. Los domingos dura 1 h, pero entre semana 30 min. Tiene comentaristas de primer nivel, como Rodolfo Vargas y Enrique Beas; y otros con menos conocimiento, pero mucha disposición, como Armando López y Verónica.
- *Diario Fox Spots*: Se transmite por Fox Sports Latinoamérica, que es un canal de [televisión por cable](#) dedicado a los [deportes](#).

Hoy día se debe aceptar que en México el periodismo deportivo ha ido evolucionando mediáticamente. Muchos comentaristas y “líderes de opinión deportiva” prefieren entender el negocio de los medios como tal, planeando los programas deportivos con base en el entretenimiento, que es lo que deja dinero a la empresa, que en el análisis, real y profundo de lo que pueda estar sucediendo con el deporte. En este sentido, tanto Televisa como TV Azteca apuestan más por el entretenimiento colectivo que por querer hacer un verdadero periodismo en torno al deporte.

Es cierto que la tribu del fútbol hoy está mejor informada; pero también lo es que el espectáculo se ha convertido en entretenimiento puro. Los periodistas traen una línea editorial informativa basada en el desarrollo de nuevas tecnologías y de nuevas ideas, así como de nuevos discursos televisivos cuya misión es el entretenimiento, dada la exigencia de la época.

#### **1.2.4 La presencia de las mujeres en la programación deportiva nacional**

Ruth Covarrubias (2009, en red; disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20DE%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>) ha puesto de manifiesto una situación usual en la televisión mexicana al comentar que *"si se enciende el televisor un domingo por la mañana podemos observar que en los programas deportivos transmitidos, no hay mujeres entre los conductores, y si es que las hay son sólo el objeto sexual del programa, ó tal vez solo hace algunas entrevistas de temas poco trascendentes"*. Añade que, desafortunadamente, este sistema no sólo se aprecian en los programas deportivos, sino que es común en muchas otras emisiones donde la mujer no sólo es el objeto sexual del programa, sino que también es discriminada en cierta forma porque sólo se le otorgan secciones que abordan temas intrascendentes que la hacen aparecer como

inferior al resto de los conductores, e incluso llega a convertirse en el objeto de burla del programa.

La razón de esto es muy sencilla: como en la era de la televisión la imagen es lo más importante, los productores han descubierto que la presencia de la mujer vende; es decir, ver una mujer atractiva en la televisión es garantía, en muchas ocasiones –aunque no siempre-, de mejorar los niveles de audiencia. Por eso suele integrárseles a un programa deportivo, que está primordialmente dirigido a los varones, pues su presencia es una fórmula que por lo general funciona.

Sin embargo, existen mujeres a quienes les gustan y apasionan los deportes; que los entienden y que tienen las mismas capacidades que un hombre para ejercer la profesión de comentarista o cronista en cualquier medio. Incluso es posible que, en ocasiones, las mujeres tengan ventajas sobre los varones para conseguir una entrevista o para que los deportistas hablen con ellas de cuestiones que no abordarían con sus contrapartes masculinas, pues quizá la presencia femenina, considerada como menos intrusiva o imponente que la del hombre, haga que se sientan más relajados y más en confianza.

A pesar de que la inclusión de mujer en el ámbito del periodismo deportivo aún sigue siendo un problema en algunos medios, la mujer ha luchado por incursionar en esta área desde hace varias décadas. Las primeras mujeres que se consideran periodistas deportivas en nuestro país aparecieron en la década de los ochenta y, aunque en sus inicios no les fue nada fácil acomodarse en el área y crearse una buena imagen y un nombre ante el público, su trayectoria fue buena y al final lograron ser aceptadas por la audiencia. Sonia Serrano y Cecilia Márquez, quienes laboraron durante varios años en el canal 58 por esos años, fueron las pioneras en esta área de trabajo, y su intachable labor abrió varias puertas a las mujeres en este campo.

No obstante, hoy día son pocas las mujeres que ejercen el periodismo deportivo en la televisión mexicana, a pesar de que esta actividad ya no es considerada como un privilegio masculino. En su investigación al respecto, Covarrubias (2009, en red; disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/E-L%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20DE%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>) muestra que, si bien la mujer es una pieza clave en los dos ámbitos de la producción televisiva (al frente y detrás de las cámaras), no ha logrado aún que se le abran las puertas para desempeñarse en el terreno de la crítica, la crónica y el análisis deportivo. Entre los motivos para ello, la autora describe los siguientes:

*a) La supuesta falta de capacidad de la mujer*

En ocasiones las personas encargadas de la contratación tienen un criterio muy cerrado y no consideran que una mujer pueda desempeñarse en el área de deportes por falta de capacidad y experiencia. Es común que, cuando deciden contratar a una, sólo tomen en cuenta su físico, ya que creen que la mujer todavía no está lo suficientemente preparada para desenvolverse como algo más que una imagen o una modelo.

Desde esta perspectiva, se piensa que, para que la mujer se pueda considerar periodista deportiva, le falta mucha preparación e interés, además de que, en el fondo, seguramente existe cierto temor de que en algún momento la mujer llegase a representar una fuerte competencia para el hombre en esta área.

*b) La falta de preparación*

Tanto los empleadores como los varones que se dedican al periodismo deportivo suponen que la mujer no se ha preocupado por prepararse lo suficiente y por luchar para ingresar al área. Los conocimientos y experiencia con los que

cuenta no son amplios y no se ha interesado por aumentarlos y distinguirse más por éstos que por el aspecto físico para incursionar en la televisión.

Con una mayor preparación, la confianza que la mujer debe tener en ella misma y en lo que hace aumentaría, al grado de permitirle mostrar a los colegas periodistas que ella también es capaz de realizar juicios de valor y debatir sobre temas deportivos sin sentirse inferior. Para lograr esto, la obligación que tiene la mujer es capacitarse, informarse y estudiar todo lo relacionado con los deportes para que, con los conocimientos adquiridos y la experiencia que vaya tomando en el transcurso de su carrera, pueda llegar a tener éxito y sobresalir en el área del periodismo deportivo.

#### *c) Las prioridades femeninas*

Otra razón esgrimida es que las prioridades de hombres y mujeres son distintas, así, la mujer suele anteponer muchas cosas (los hijos, la atención a la familia y al hogar, la relación de pareja, etc.) a su trabajo. El hombre, por su parte, primero cumplirá con sus labores y luego se preocupará por la familia, pues piensa que realizando su trabajo podrá satisfacer las necesidades monetarias de su familia.

La trayectoria y experiencias de los hombres en periodismo deportivo, específicamente, siempre superarán a las de la mujer debido a que ellos no tienen nada que trunque su carrera: nunca tendrán un embarazo que les impida seguir laborando o hijos que cuidar que les impidan ir a cubrir un partido.

Así, la principal barrera para que la mujer sobresalga en el periodismo deportivo es ella misma, que se permite tener otras prioridades antes que su ejercicio profesional, cuestión que no ocurre con el sexo masculino.

#### *d) La volubilidad de los intereses femeninos*

Muchas personas consideran que los intereses de la mujer son muy cambiantes. Los intereses masculinos distan mucho de los femeninos, por lo que, mientras un hombre se mantiene en el área de deportes durante toda su carrera sin pretender cambiar de campo de acción, se puede observar que algunas de las mujeres que han participado en esta área luego se encuentran hablando de política o espectáculos, por lo que su experiencia no llega a ser tan larga debido a su afán de incursionar en otros terrenos del periodismo que le permitan crecer más o que impulsen su carrera.

#### *e) La sensibilidad femenina*

La mujer tiene una veta sensible que no puede dejar de lado y que la llevaría a no ser imparcial al momento de emitir un juicio, mientras que el varón tiende a ser más objetivo en ese aspecto. Este hecho impide que una mujer pueda desarrollarse en el área del periodismo deportivo al igual que un hombre, porque una cualidad que debe tenerse en esta área es la imparcialidad y los sentimientos no permiten que ésta se cumpla.

Otro dato interesante que aporta Covarrubias en su estudio es el hecho de que, según parece, el área del periodismo deportivo en el que la gente del medio considera que sería más difícil para la mujer incursionar es el fútbol, pues este deporte aún se sigue considerando algo “exclusivo” del género masculino, aunque cada vez haya más mujeres que se interesen por este deporte y que inclusive lo practiquen de manera formal.

En este sentido, cabría comentar que, de acuerdo con el estudio "La mujer en el Mundo del Fútbol", realizado por SPORT+MARKT entre más de 20.000 encuestados en 21 países (en red; disponible en <http://ecodiario.economista.es/futbol/noticias/999149/01/09/Les-gusta-a-las-mujeres-el-futbol.html>),

las mujeres representan el 38 por ciento de los aficionados al fútbol de todo el mundo. Estas cifras implican que 300 millones de los casi 800 millones de aficionados al fútbol son mujeres, sobre todo menores de 30 años, de tal modo que los tiempos en los que el fútbol era seguido exclusivamente por hombres son ya historia.

En todo el mundo, aproximadamente la misma cantidad de hombres y de mujeres apoyan a sus respectivas selecciones nacionales; parece que el éxito en el fútbol de un país crea una identidad nacional y moviliza a naciones enteras, sin importar el sexo. Así, por ejemplo, en los diversos torneos organizados por la FIFA<sup>1</sup> el número de aficionadas es casi igual al de aficionados; esto significa que alrededor de la mitad de las personas interesadas en la Copa del Mundo FIFA son mujeres. Además, la Copa del Mundo Femenina FIFA cautiva a un gran número de aficionadas, sobre todo en mercados emergentes tales como Brasil (28 millones), China (77 millones) y, desde luego, México (11 millones).

### **1.3 BREVE HISTORIA DEL FUTBOL**

Sin duda alguna, el futbol es uno de los deportes más practicados mundialmente tanto a nivel popular como profesional; pero su historia, lejos de estar ligada siempre a la grandeza de un deporte masivo, ha estado sujeta a los avatares de la humanidad, teniendo que adaptarse a cada cultura hasta llegar a convertirse en lo que hoy se conoce como futbol (en red; disponible en <http://www.elfutbolin.com/historiadelfutbol/>).

Suen, en su libro *La historia del fútbol* 2003:4), señala que los juegos de patear una pelota tienen miles de años de existencia, pues ya eran practicados, en

---

<sup>1</sup> Fédération Internationale de Football Association, asociación de derecho suizo fundada en 1904 con sede en Zurich.

sus distintas modalidades, desde la península del Yucatán hasta Egipto; y, al parecer, en muchos casos se relacionaban con el entrenamiento militar de los soldados. Tal era el caso de *"tsu-chu"* chino y del *"harpastum"* introducido por las tropas romanas en Europa, juegos destinados a fortalecer físicamente a los ejércitos y enseñarles a desplazarse en formación conjunta (Linaza y Maldonado, 1997:69). Así, lanzar una pelota, controlarla, patearla, etc., deben ser acciones muy antiguas entre los humanos.

Los antecedentes del fútbol se pueden remontar varios siglos en el pasado, particularmente en las Islas Británicas durante la Edad Media, apareciendo la palabra *"football"* en el idioma inglés hasta 1486 (Shaw, 2000:282). Los juegos de pelota medievales eran actividades populares en las que intervenían mujeres, niños y hombres por igual, con reglas orales y locales, sin un número limitado de jugadores, sin tiempo de duración estipulado y con desenlaces generalmente violentos. Posteriormente, las formas premodernas del fútbol, al igual que las del rugby, fueron los juegos llamados *"campball"*<sup>2</sup>, *"hurling"*<sup>3</sup> y *"knappan"*<sup>4</sup> en Inglaterra, con variaciones continentales en Francia (la *"soule"*<sup>5</sup>) y en Italia (el *"gioco della pugna"*<sup>6</sup>).

---

<sup>2</sup> Llamado también *"camping"*, su nombre proviene del latín *"campus"* o campo de contienda. Era un antiguo juego practicado en Inglaterra, algunas de cuyas modalidades requerían que el balón fuera impulsado con el pie (*"kicking camp"*).

<sup>3</sup> Deporte de equipo de origen celta. Se juega con palos llamados *"hurley"*, que tienen una pala en un extremo, mediante los cuales se golpea una pelota o *"sliotar"* para meterla en una red.

El *"hurling"* aparece como parte del folklore irlandés para ilustrar las hazañas heroicas de las figuras legendarias, y lo mencionan las crónicas del país desde hace 2.000 años.

<sup>4</sup> Juego vikingo, popular en la península escandinava (Dinamarca, Noruega, etc.) y practicado por los hombres. Tanto los celtas como los vikingos empleaban la violencia para realizar el juego. Utilizando solo manos y pies, este "deporte" muchas veces se convertía en verdaderas guerras tribales, y muchas veces servía como entrenamiento militar.

<sup>5</sup> Juego de pelota que se practicaba a través de los prados, los bosques, landas y hasta las villas o estanques. El fin era devolver el balón en un lugar indicado -el fogón de una casa, por ejemplo-. En ciertos casos, hasta había que mojar el *"soule"* o balón en una fuente antes de alojarlo en la ceniza. El juego era sólo una galopada inmensa, entrecortada de peleas más o menos encarnizadas. El instrumento de juego podía ser una pelota de cuero, una vejiga de cerdo llena de heno, una pelota de tela o una bola de madera.

No se sabe a ciencia cierta si la finalidad de éstos era menos deportiva que práctica, pues probablemente hayan servido, más que como diversión, como un medio para resolver problemas serios como delimitar propiedades o preservar los privilegios y derechos locales de cada equipo. Lo que sí se conoce es que los monarcas ingleses hicieron proclamas para tratar de prohibir este tipo de actividades (Linaza y Maldonado, 1997:69), puesto que, por ejemplo, los primeros juegos británicos que dieron origen al fútbol se caracterizaban por su poca organización y violencia extrema.

No obstante, ya para el siglo XVI también existían otras variantes menos violentas y mejor organizadas; quizás uno de los ejemplos más conocidos sea el "*calcio*" florentino, deporte de equipo muy popular en Italia que tuvo incidencia en los partidos de algunas escuelas británicas. Al respecto, Rodríguez López (2000:148) explica que se trataba de un juego socialmente selecto, de larga duración e intensa actividad –correr, chocar, empujarse-, que se realizaba en las plazas públicas con muchos jugadores que se enfrentaban, como si se tratara de una batalla, tratando de pasar al extremo opuesto un balón de tamaño mediano.

Pero, como se dijo, la conformación definitiva del fútbol tuvo su momento culminante durante el siglo XIX. En 1848 representantes de diferentes colegios ingleses se dieron cita en la Universidad de Cambridge para crear el Código Cambridge, que funcionaría como base para la creación del reglamento del fútbol

---

Los estadios no eran necesarios porque eran deportes de plena naturaleza. Las reglas eran muy fluctuantes, aunque la salida se efectuaba de un lugar fijo (el cementerio, una plaza, una ventana, el castillo, un prado), y las autoridades estaban contra la práctica de estos deportes. Las fechas de celebración solían ser a inicios del año, antes de la siembra, porque los jugadores o "*souleurs*" no respetaban gran cosa y podían echar a perder cosechas enteras.

<sup>6</sup> El "juego de la batalla" (traducción del italiano) fue una novedad dentro de las competencias militares; su origen estuvo en la ciudad toscana de Siena, en la Edad Media. Consistía en el enfrentamiento físico de los jóvenes pertenecientes a las divisiones militares y administrativas de la ciudad, quienes se reunían en la Piazza dei Campo para luchar con las manos desnudas, cubiertas

moderno y que fue aceptado por la mayor parte de los centros docentes de Gran Bretaña (Ardá y Casal, 2003:15). Para 1857 nació la primera asociación de fútbol: El Forest Club. Finalmente, en 1863, en Londres se oficializaron las primeras reglas del fútbol, que hasta entonces habían variado notoriamente dependiendo del lugar en que se jugara el partido.

La historia moderna del fútbol suele considerarse a partir de 1863, año de fundación de The Football Association, Desde entonces ha tenido un crecimiento constante, hasta llegar a ser el deporte más popular del mundo con unas 270 millones de personas involucradas. Con la realización de la primera reunión de la International Football Association Board en 1886 y la fundación de la FIFA, el deporte se ha expandido hasta llegar a todos los rincones del mundo.

A partir de 1930 se comenzaría a disputar la Copa Mundial de Fútbol, que se convertiría en uno de los eventos deportivos con mayor audiencia del planeta. Actualmente, de acuerdo con los datos de la FIFA (en red; disponible en <http://es.fifa.com/worldfootball/bigcount/index.html>), se calcula que existen en el mundo 265 millones de jugadoras y jugadores, además de 5 millones de árbitros y funcionarios, de tal manera que puede decirse que unos 270 millones de personas -esto es, un 4% de la población mundial- participa activamente en el este deporte.

---

por una especie de cestas de mimbre. El objetivo era obligar a los opositores a salir fuera del espacio delimitado.

## **CAPÍTULO II**

### **LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA**

#### **2.1 EL PROCESO DE PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN**

El sistema de televisión está formado por el equipo y las personas que lo operan para producir programas. Independientemente de que sea una producción sencilla o compleja, o si está originada en estudio o locación, el sistema opera bajo el mismo principio básico: la cámara de televisión convierte cualquier cosas que “ve” en señales eléctricas que pueden ser almacenadas temporalmente, o bien reconvertidas de modo directo, a través de un televisor, en imágenes visibles que se muestran en una pantalla. El micrófono convierte cualquier cosa que “escucha” en señales eléctricas que pueden ser almacenadas en forma temporal, o bien directamente reconvertidas en sonidos a través de un altavoz o bocina (Zettl, 2001:4).

La producción audiovisual en cualquiera de sus géneros representa un trabajo de gran esfuerzo, pues se debe cuidar cada paso con detalle para que el resultado sea el esperado. Por más breve que sea un programa televisivo, gran parte de su éxito radica en combinar de manera atinada cierta dosis de creatividad y disciplina para la organización del trabajo.

Muchos tienen la idea de que producir un programa para televisión es tener una o varias cámaras y comenzar a grabar; pero no es así. La producción televisiva es el proceso de la creación de un material audiovisual que comprende desde la creación de la idea hasta tener el producto terminado; y básicamente consta de tres etapas: preproducción, producción y postproducción.

### **2.1.1 Preproducción**

La preproducción es la etapa previa a la realización. Es el proceso inmediato anterior a la grabación o transmisión de un programa televisivo, en donde se lleva a cabo la conjunción de todos los elementos que integrarán la producción y realización de un programa; esto se lleva a cabo en varias reuniones o juntas, participando todos los directamente involucrados con la grabación o transmisión, organizando y coordinando los elementos que intervendrán en la producción (D'Victorica, 2004:13).

Esta etapa comprende desde la concepción de la idea hasta el primer día de grabación o emisión al aire. El trabajo de preproducción es fundamentalmente para asegurar y determinar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto audiovisual. De hecho, es la fase más larga y compleja de todo proceso debido a que aciertos o errores que sean obtenidos como producto de las decisiones tomadas en este lapso repercutirán directamente sobre las etapas subsecuentes del proyecto.

Al respecto, Juan Osorio, productor de telenovelas de Televisa (citado en D'Victorica, 2004:13), considera que *"la parte más tranquila de una telenovela es la grabación y que el trabajo realmente interesante es el trabajo previo. La televisión se hace en el escritorio, se diseña, se estructura la idea, se ven cotizaciones, se preparan presupuestos, se realizan contactos con técnicos, talentos y servicios de producción, se estiman tiempos y movimientos, se visitan*

*locaciones, se consideran viáticos y transportes, se calendarizan grabaciones, como también la transmisión del programa terminado”.*

Todo lo que se observa a través de la televisión inició con una idea. Por simple que esto parezca, el desarrollo de buenas ideas y, especialmente, de ideas funcionales para lograr un programa sobre bases regulares no siempre resulta tan sencillo. El productor debe generar ideas que valgan la pena y que respondan a la demanda existente.

Aunque en un sentido estricto el proyecto de producción comprende el proceso que se extiende desde la gestación hasta la consecución del producto, la realidad es que, en el campo audiovisual, se denomina proyecto a una propuesta de programa más o menos definida y detallada que suele ser la primera referencia escrita del producto que se desea obtener (Fernández, 2003:69).

### **2.1.1.1 Propuesta del programa**

Una vez que se tiene una idea clara acerca de la forma según la cual se va a comunicar, se está listo para escribir la propuesta del programa. Ésta es un documento que estipula por escrito lo que se intenta realizar. A pesar de que no existe un formato estándar para elaborar dicho escrito, Zettl (2001:413) explica que debe incluir por lo menos la siguiente información:

1. *Nombre del programa.*- Es conveniente que el título sea breve, pero memorable.
2. *Objetivo del programa.*- Es una explicación breve acerca de qué debe lograr la producción.
3. *Audiencia objetivo.*- Representa al grupo de personas que se desea observe el programa principalmente.
4. *Formato del programa.*- ¿La propuesta se refiere a un solo programa, una nueva serie o parte de una que ya existe? ¿Qué tiempo se pretende

que dure el programa? Esta información es vital para planear un presupuesto o para que la cadena de estaciones de televisión pueda saber si se acomoda dentro de su calendario de programación.

5. *Sinopsis del programa.*- Es un texto breve que describe el programa.
6. *Método de producción.*- Indicará el lugar donde debe llevarse a cabo la producción y la forma más eficaz para lograrlo.
7. *Presupuesto tentativo.*- Es necesario contar con los números actualizados de todos los servicios de producción, costos de renta y los salarios de la zona.

### **2.1.1.2 Tomas o planos televisivos**

Al igual que para escribir una novela o una pieza de teatro es necesario conocer su narrativa, la televisión como lenguaje también tiene sus reglas y recursos que, bien empleados, pueden hacer que el mensaje sea comprendido por el televidente. Las imágenes televisivas, en cuanto a su estructura y orden, puede ser divididas en: (Quijada, 2000:27)

- *Secuencia.*- Sucesión de escenas íntimamente entrelazadas.
- *Escena.*- Conjunto de planos.
- *Plano.*- Suele definirse como la mirada de la cámara, es decir el conjunto de imágenes que en el momento de la toma se graban con continuidad.
- *Toma.*- Captación de imágenes por un medio técnico.

Considerando lo anterior, al momento de realizar el guión técnico se tiene que anotar cada inicial del plano o toma; dichas iniciales están explicadas en el cuadro 1 que se muestra a continuación.

**CUADRO 1**  
**PLANOS O TOMAS TELEVISIVOS**

<b>INICIALES</b>	<b>SIGNIFICADO</b>	<b>EN ESPAÑOL</b>	<b>LO QUE ABARCA</b>
BCU	Big Close Up	Gran primer plano	Un ojo, una mano
CU	Close Up	Primer plano	Encuadre del cuello a la cabeza
MCU	Mediun Close Up	Plano medio corto	Encuadre del pecho a la cabeza
MS	Medium Shot	Plano medio	Encuadre de la cintura a la cabeza
MLS	Medium Long Shot	Plano americano	Encuadre de las rodillas a la cabeza
LS	Long Shot	Plano de conjunto	Encuadre de los pies a la cabeza
VLS	Very Long Shot	Plano general	Encuadre de todo el escenario
TS	Two Shot	Plano doble	Encuadre de dos personas
GS	Group Shot	Plano de grupo	Encuadre de un grupo de personas

**2.1.1.3 Movimientos de cámara**

Los movimientos de cámara son importantes en la producción, ya que por medio de ellos se puede generar un ritmo y dar dinamismo a las diferentes escenas que integren el producto mediático, ya sea televisivo o cinematográfico. Sin embargo, para que resulten efectivos, dichos movimientos deben responder a una necesidad de producción. La estética en el encuadre, el movimiento de la imagen y el movimiento necesario de la cámara tienen que ayudar a codificar el mensaje, logrando así su efectividad en la comunicación.

En el cuadro 2 se muestran los movimientos de cámara más utilizados en el lenguaje televisivo, tal como los describe Gutiérrez (2000:77).

**CUADRO 2**  
**PRINCIPALES MOVIMIENTOS DE CÁMARA**

<b>NOMBRE</b>	<b>EN QUÉ CONSISTE</b>
Panning (panorámica)	La cámara gira sobre su propio eje, en un movimiento horizontal, es decir, de derecha a izquierda, o viceversa. Tiene diferentes variedades: de seguimiento (seguimiento del sujeto que se mueve), de reconocimiento (recorrido lento por la escena para permitir al espectador apreciar todos los detalles del escenario), interrumpida (movimiento largo y suave que se detiene de repente para crear un contraste visual), en barrido (panorámica rápida que produce una serie de imágenes transitorias generalmente borrosas), etc.
Tilt (panorámica vertical)	Movimiento de la cámara sobre su eje, en forma vertical (arriba o abajo)
Travelling (desplazamiento)	Movimiento de la cámara sobre una plataforma rodante y rieles. Este movimiento no tiene una dirección determinada (derecha o izquierda). También se llama así al movimiento en círculos que se realiza alrededor de un sujeto
Dolly	Movimiento de la cámara sobre el riel, ya sea para adelante o para atrás.
Zoom	Movimiento de lente que permite, en forma manual o automática, acercarse (" <i>zoom in</i> ") o alejarse (" <i>zoom out</i> ") del sujeto u objeto.
Boom	Es el desplazamiento hacia arriba o hacia abajo del pedestal de la cámara cuando ésta se encuentra montada en una grúa o tripié.

#### 2.1.1.4 El guión

Otro factor importante dentro de la primera etapa de producción audiovisual es la creación de los guiones.

Los programas de ficción dramática, las películas de cine, los telefilmes, las series, etc., por su alto costo, suelen sufrir un proceso de evaluación intenso en cada una de las fases del proyecto. Es preciso valorar la idea dramática tomando en consideración aspectos tales como: ¿Conecta el suceso relatado con el público?, es decir, ¿le afecta de forma real o simbólica? ¿Su estructura es clara?

¿Se aprecia la motivación del protagonista? ¿Provoca identificación con el espectador?, etc.

Sobre la idea temática, las preguntas que suelen hacerse se refieren, sobre todo, al tema tratado: ¿Es de interés general? ¿Puede ser aceptada la tesis sin herir susceptibilidades de un sector del público? ¿Sufre el protagonista la evolución o cambios de carácter, fortuna o pensamiento? ¿La idea temática se expresa en las interacciones de los personajes?, etc. A medida que la idea toma forma y se plasma en desarrollos posteriores, la evolución se hace mas precisa. A partir de una sinopsis o, mejor aún, de un guión literario puede evaluarse la estructura general (Fernández, 2003:72).

El guión es un texto escrito con una estructura en la que se presenta todo lo que conforma una obra audiovisual. En otras palabras, es el documento operativo que contiene todas las indicaciones para ejecutar los procesos correspondientes a un programa.

El guión es el plan fundamental sobre el cual se construye el programa televisivo; y, por lo tanto, es un instrumento básico para la organización de la producción. El guionista es el responsable de escribir ideas en un texto destinado a ser producido y transmitido, el cual deberá contener los cuatro elementos esenciales del lenguaje televisivo: voz, música, sonidos e imágenes; la combinación de estos elementos dará como resultado un producto que utiliza el video y el audio para provocar cierto significado en la audiencia (D'Victorica, 2004:23). Para establecer la combinación adecuada de los cuatro elementos, primero se especifica la necesidad de comunicación, que toma en cuenta las características del público al que se va a dirigir, y el efecto que se pretende obtener. Aunque no existe una forma establecida para realizar un guión, Linares (2000:26) afirma que la mejor manera es hacer el formato de dos columnas. Se forma una columna a la izquierda, siempre titulada con mayúsculas "VIDEO", en donde se especificarán las tomas, los encuadres, los movimientos y los

desplazamientos de cámara, así como la descripción objetiva de las imágenes que aparecerán a cuadro; del lado derecho se forma la columna siempre titulada con mayúsculas “AUDIO”, en donde deben ir especificadas las melodías que contendrá el producto final, así como los efectos y las intervenciones de voz en “off” que lleve.

Un ejemplo de guión técnico sería el siguiente:

No.	TIEMPO	VIDEO		AUDIO	
		Toma/ Movimiento de cámara	Concepto	Voz en off	Musicalización
1	00'03"	FS ZI	Se abre la puerta del taller de fotografía y a través del zoom in se entra al salón		TRACK 1
2	00'03"	CU	Una alumna está poniendo un rollo fotográfico en una cámara réflex.	El laboratorio fotográfico de la universidad Villa Rica	
3	00'03"	MS	Unos alumnos están de espaldas acomodando los materiales	permite a los alumnos realizar prácticas	
4	00'03"	CU	Los mismo alumnos siguen acomodando materiales	en un ambiente altamente profesional,	
5	00'03"	PL	Los mismos alumnos siguen acomodando los materiales	que los mantiene a la cima de la competitividad.	

Mientras en el cine suele haber un único modelo de guión, en la televisión la coexistencia de una variada cantidad de formatos y géneros obliga a aplicar desde una misma base modelos diferenciados. Las variaciones vienen dadas por el género al que pertenece el programa en cuestión. Incluso es hasta posible que se trabaje sin guión previo, como ocurre cuando se graba una noticia de forma espontánea y posteriormente, a través de la edición, se establece un guión.

Es importante tomar en cuenta que, sin un guión previo, es seguro que las horas de edición serán lentas y sin sentido, sobre todo si se traduce esto en términos económicos; el guión es una herramienta que sirve como la visualización previa de las imágenes. Para la concepción del producto final, es una pauta, una guía que orienta la creatividad.

La principal característica que todo guión debe poseer es la claridad. Si un guión no es claro en sus indicaciones, es como un instructivo incompleto. Para que el guión sea entendible debe respetar un formato. Los formatos son modos establecidos y estandarizados para presentar la información, así, todo el que esté involucrado con el medio de la televisión comprenderá las indicaciones del guión. Sin embargo, el guión está supeditado a características que le impone el medio televisivo: sintácticas o de articulación del lenguaje, técnicas y/o tecnológicas y de recepción y/o audiencia (en red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/La+Pre-producción#Delguiónalacarpetadeproducción>).

Cabe mencionar que también existe un tipo de guión que servirá única y exclusivamente para el editor: “la orden de edición” que es donde se especifican las intervenciones, videos o grabaciones del producto audiovisual en cuestión, así como los tiempos que cada uno de éstos deberá durar para conformar el proyecto. De esta manera, quien se encargue de la edición podrá armar el audiovisual sin necesidad de leer todo el guión.

### 2.1.1.5 La escenografía y la iluminación

La primera etapa dentro del proceso audiovisual es muy amplia; es imprescindible cuidar hasta el más mínimo detalle. La escenografía también forma parte de esta etapa.

La cámara observa el escenario tanto de cerca como de lejos; por ello es necesario cuidar todos los detalles del decorado para que parezca real, sin dejar de ser lo suficiente plano para evitar imágenes confusas. Independientemente que se trate de una entrevista o del decorado realista de una sala, el escenario debe permitir óptimos ángulos y movimientos de cámara, la ubicación de los micrófonos y el desplazamiento del “zoom”, la iluminación apropiada y la máxima acción de los ejecutantes.

Es importante que la iluminación sea la más adecuada para que todo el trabajo de escenografía no se venga abajo. Rey Molino (en red; disponible en <http://cinemaisvideo.blogspot.com/2009/02/blog-post.html>) explica que iluminar no sólo mejora la nitidez y la calidad de la imagen en general, sino que también ayuda a conformar otros sentidos audiovisuales. Por ejemplo, una de las funciones de la iluminación es mejorar la calidad escenográfica, es decir, ambientar la escena de acuerdo al guión (si es de día o de noche, por mencionar un caso). Pero, además de ambientar, la luz tiene la función de resaltar a un personaje o un objeto en la escena: al estar más iluminado, sobresaldrá más que el resto del cuadro y el espectador centrará su atención en él. Por último, otra función importante de la iluminación es la de transmitir una sensación; esto es, mediante luces y sombras, con iluminación intensa o muy tenue, o incluso iluminando con diferentes colores, se ayudará a transmitir una sensación determinada al espectador que no se podría conseguir de otra manera.

Hay diferentes tipos de iluminación. Por ejemplo, la luz de fondo, que también es llamada de escenografía, se emplea para iluminar la parte más lejana

que puede ser la pared de una habitación o el ciclorama en el escenario, o zonas fuera del área principal de la actuación. Molinari (en red; disponible en <http://www.fotomundo.com/no-ta.php?id=754>) señala al respecto que *"en el esquema básico de iluminación en estudio, la luz de fondo es aquella que está colocada de modo tal que ilumina solamente el fondo, sin tocar al personaje u objeto principal. Si apagamos todas las luces y dejamos solamente la luz de fondo, el motivo principal se visualizará como una silueta negra"*. Esta luz es imprescindible para cualquier set de programa televisivo.

En general, puede decirse que, como parte del arte de la fotografía, la televisión está sujeta a los principios de iluminación de ésta. El más elemental de estos principios es el de iluminación en triángulo.

El triángulo básico, iluminación de 3 puntos o triángulo mágico, hace referencia a un esquema de iluminación con el cual se pueden resolver escenas muy simples o complejas partiendo de una cantidad mínima de puntos de luz. Zettl (2001:166) describe que básicamente se centra en tres de ellos: luz clave, trasera y de relleno, colocados en triángulo de tal modo que la luz trasera está al máximo y en el lado opuesto a la cámara. La luz principal (o *"key"*) generalmente se ubica a  $\frac{3}{4}$  del sujeto o bien a  $45^\circ$  desde el frente, y a una altura superior a la cabeza del mismo, para que la luz caiga en picado. Esto genera sombras sobre el rostro; aun así, es preferible esto que a tener una luz frontal (sobre el eje de la cámara) que aplanan la imagen tal y como lo haría cualquier cámara de fotos compacta o digital donde el *"flash"* está junto al objetivo. Los ángulo de desviación entre el *"flash"* y el objetivo generan una sombra detrás a modo de aureola y, mientras mayor sea la distancia entre el sujeto y el objeto que recibirá las sombras (pared de atrás), tanto mayor el área oscura.

### **2.1.1.6 El “casting”**

El termino “casting” es una voz inglesa con la cual se designa al proceso de selección de actores o de modelos para una determinada actuación. En otras palabras, es el conjunto de pruebas que se lleva a cabo para la selección de actores, actrices, modelos, locutores, conductores, etc.

Para realizar el “casting” se invita a los candidatos con las cualidades que indica el guión, según el perfil y la psicología del personaje a representar. Dicho “casting” se lleva a cabo en las instalaciones de la productora o en un estudio donde se graba a cada uno de los interesados, a quienes previamente se les prepara un argumento relacionado con el guión o la temática del programa a realizarse. El director de cámara es el responsable de grabar las diferentes pruebas de los participantes.

Una vez que se selecciona al candidato más apto para el puesto en cuestión, se debe comenzar con la capacitación de éste; independientemente de si se trata de conducción o actuación, se deben pulir muy bien las habilidades del elenco para evitar errores y pérdidas de tiempo.

### **2.1.1.7 Vestuario**

Una de las principales preocupaciones de los productores es el vestuario, pues se debe buscar una vestimenta adecuada a la línea del programa y que, al mismo tiempo, favorezca a los actores y/o conductores; no debe ser llamativa, pero tampoco pasar desapercibida.

En específico, el tipo de ropa que viste un conductor depende en gran medida de su gesto personal; no obstante, también depende del tipo de programa, la ocasión y el escenario particular. Como la cámara observa al ejecutante tanto

desde distancias largas como cortas, las líneas, la textura y los detalles son tan importantes como el esquema de color original. Zettl (2001:405.406) describe algunos principios básicos para el uso del vestuario en televisión y comenta, por ejemplo, que por cuestión visual se prefieren para el atuendo los materiales con textura, que lucen más que los lisos; empero, deben evitarse diseños con demasiado contraste o recargados. Otro recurso lo constituyen los accesorios, usados de manera equilibrada para convertirse en acentos visuales atractivos y de buen gusto. En cuanto a los colores, se prefieren aquellos que armonicen con el escenario, dejando de lado los rojos demasiado saturados y, en general, todos los que sean brillosos y altamente reflejantes. Además hay que considerar que la televisión tiende a agregar unos cuantos kilos a las personas, por lo que suele preferirse ropa que "adelgace" la silueta.

Evidentemente no será lo mismo realizar una grabación desde la playa o un estudio; la locación es imprescindible para elegir el vestuario adecuado, pues servirá para generar un ambiente para el televidente.

### **2.1.1.8 Maquillaje**

Al maquillaje para televisión muchas veces no se le da la importancia que merece, ya que sólo es utilizado para quitar los brillos de la piel, corregir o mejorar la apariencia del elenco; sin embargo, D'Victorica (2004:47) afirma que es preciso que los colores reproducidos con el maquillaje logren causar el mismo efecto que el de los originales.

Si la luz solar suele crear problemas de sombras antiestéticas, la luz artificial suele crearlos en cuanto a alteraciones de los rasgos faciales, acentuándolos y, por tanto, haciendo más visibles defectos de configuración, pigmentación y pliegues cutáneos que, en ausencia de luz brillante, abundante y concentrada, podrían pasar desapercibidos. Es ahí donde entra en juego el

maquillaje, no sólo para realizar la belleza femenina o enfatizar el aspecto masculino, sino principalmente para corregir determinados defectos y mejorar o cambiar la apariencia.

Desde esta perspectiva, Mallas Casas (1985:184) señala que existen dos tipos principales de maquillaje que son usados en televisión: el directo y el corrector. En el primer caso, es el que se les aplica a los personajes que van a ser entrevistados. Aplicado con una esponja húmeda por todo el rostro, elimina la brillantez de determinadas regiones faciales, equilibra el tono de la piel y neutraliza alteraciones poco estéticas, a la vez que refuerza ligeramente el color de los labios y disimula las arrugas ligeras.

En cuanto al maquillaje corrector, sirve para eliminar pequeños defectos como pliegues, manchas, ojeras o calvicie extrema. Los retoques sirven también para realzar los atractivos femeninos y para perfilar o acentuar los labios.

Por otro lado, a veces las producciones también necesitan cambiar por completo la apariencia de un personaje. En este caso, dicho trabajo de caracterización es encargado a artistas especializados que utilizan técnicas de maquillaje creativo.

Para decidir el maquillaje adecuado debe tenerse en cuenta el color de piel del actor, que cambia de acuerdo con las condiciones de varios aspectos, como el soleado, el cansancio, la enfermedad y otros de carácter psicológico.

El personal de maquillaje debe cooperar y mantener coordinación muy estrecha con el director de iluminación y el personal de video con el fin de lograr la mejor visualización que sea posible del maquillaje.

Con una buena preproducción el equipo de trabajo tendrá mayores posibilidades de evitar errores, sorpresas u olvidos, minimizando así el impacto de

imprevistos, retrasos y dificultades que pudieran encontrarse durante la realización. Normalmente las actividades de esta fase comienzan semanas, y a veces hasta meses, antes del día de grabación.

### **2.1.1.9 El personal que interviene en la producción televisiva**

#### **a) Dirección**

La aprobación y comprensión de un programa televisivo se debe a la dirección escénica y a la de cámaras. Del correcto desarrollo y disposición que se haga de las imágenes, los sonidos y los elementos de la producción dependerá la aceptación o rechazo del programa.

La labor de la dirección es múltiple y está relacionada con todos y cada uno de los elementos de la creación televisiva. Los directores deberán hacer realidad el esfuerzo que se realiza con anterioridad a la grabación o a la transmisión de programa, y llevarán a término las etapas ya descritas en la parte correspondiente a la preproducción.

El director de escena selecciona al talento artístico junto con el productor; tiene decisión en la contratación de los mismos, ensaya y capacita a los actores, desarrolla la psicología y la perspectiva de los personajes que el guión determina; durante la grabación indica el énfasis, la interpretación y marca los movimientos dentro del set (D'Victorica, 2004:44).

La función del asistente de dirección de escena es apoyar al director en sus labores tanto administrativas como técnicas, e indicarle alguna anomalía en el guión o en la actuación.

Por otro lado, la función del director de cámaras es coordinar los encuadres, así como combinar de la mejor manera la imagen y el audio que se encuentra prescrito en el guión; es el encargado de la dirección de todo el equipo técnico, tanto humano como electrónico.

Zettl (2001:432) afirma que el director de cámaras debe estar capacitado y tener conocimiento en el manejo de los siguientes elementos:

- Equipo técnico de video en general
- Cámaras de televisión
- Equipo de iluminación
- El estudio
- El foro
- Equipo de audio
- Equipo de transporte y montaje de cámaras
- Señales de transmisión
- Control de calidad de video, audio e iluminación
- Edición
- Post-producción
- Estética y composición de la imagen
- Movimientos y desplazamientos de cámara
- Tomas de cámara
- Distancia focal
- Escenografía
- Materiales de grabación
- Efectos especiales
- Personal técnico

Aunque el trabajo de la dirección es fundamental, realizar un programa de televisión es el producto de la labor conjunta de técnicos y especialistas. El número y función de éstos varía considerablemente según el programa, su duración, envergadura y género.

## b) Personal de producción

El personal de producción no técnico se involucra en la traducción de un libreto o un acontecimiento a imágenes reales de televisión. Zettl (2001:385) indica que en esta categoría se incluye a: el productor ejecutivo, el productor, el director, el director de arte y el asistente, además de los escritores y el elenco.

Las labores que corresponde realizar a cada uno de los miembros del personal de producción son las siguientes:

- *Productor ejecutivo*: Está a cargo de uno o diversas series de programas. Maneja el presupuesto y se coordina con los clientes, el control de la estación, agencias de publicidad, patrocinadores y, además, con los agentes del elenco y los escritores. Puede definirse como la persona física o jurídica que toma la iniciativa y asume prácticamente las responsabilidades y cargas de la realización industrial del programa. Sus actividades son, entre otras: selección de guión; estudio del posible "gran equipo" (director y protagonistas) y establecimiento de contactos previos; confección de un presupuesto aproximado que pueda servir de base; compromiso de distribución del material; modo de cubrir la financiación y contratación del personal, así como preparación y supervisión de todas las actividades durante la grabación, montaje y sonorización. En suma, y de acuerdo con la página <http://productiontv.pb-works.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#DirectordeC%C3%A1maras%C3%B3Realizador>, es el que realiza y evalúa las ideas para los proyectos de producción y realiza la gestión administrativa de los mismos. Integra todo el equipo de producción, ya sea para una serie o un programa unitario, y supervisa esto artística y financieramente. Se encarga de las cuestiones inherentes a derechos de transmisión de los programas, condiciones de las contrataciones, mecanismos de comercialización y distribución de los programas. Monitorea las producciones, elabora el plan de promoción y

difusión en los diferentes medios y evalúa los resultados de impacto en la audiencia para desarrollar, si es necesario, nuevas estrategias de comunicación con el público para lograr el éxito de las producciones.

- *Productor o jefe de producción:* Está a cargo de la producción audiovisual. Es responsable de todo el personal que trabaja en la producción y de coordinar los elementos técnicos y no técnicos. Con frecuencia funge también como escritor y director. Es quien organiza y plantea la totalidad de una producción, siendo la jefatura máxima de la misma. Necesitará efectuar reuniones con el director, el decorador, el operador, el maquillista, etc., pues debe saber cómo el director va a afrontar cada escena, cuál será la resolución de un decorado y de otros problemas. El plan de trabajo es de su responsabilidad, así como la confección del desglose del mismo; también debe confeccionar el presupuesto, asistir a la locación o al estudio, dar su conformidad a los bocetos de decorados y otras actividades. Como el responsable de toda la actividad de las personas que intervienen en la producción, vigilará todo el proceso de rodaje, supervisará toda la actividad de todo el personal y efectuará los contratos de arrendamiento, laborales del equipo y servicios (iluminación, estudios, cámaras, transportes, laboratorios, etc.).
- *Productor asociado:* Apoya al productor en todas las cuestiones de producción. Con frecuencia realiza el trabajo real de coordinación, como llamar por teléfono al elenco y confirmar la calendarización.
- *Productor de campo:* Ayuda al productor a hacerse cargo de las operaciones remotas. En las estaciones pequeñas, éstas pueden ser parte de las responsabilidades del productor.
- *Personal de producción:* Calendariza el uso del equipo y coordina los horarios del personal para las producciones de estudio y campo.
- *Asistente de producción:* Apoya al productor y director durante toda la producción. Durante los ensayos toma notas de las sugerencias del productor y/o director para mejorar el trabajo. De acuerdo con la página

<http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#DirectordeC%C3%A1maras%C3%B3Realizador>,

el asistente es el representante del productor en todas las actividades operativas que se requieran para la realización del programa y, junto con aquel, realiza el desglose del guión, anotándolo según las indicaciones recibidas; y ejecuta los trámites con las áreas involucradas en la producción. Sus funciones básicas son: llevar un registro detallado, entre otras cosas, de las peticiones de permisos, elaboración o compra de insumos, datos del elenco para su localización, contratación y posibilidad histriónica; prever y verificar la actividades programadas según el plan de producción; reportar al productor el estado de la evolución de la producción en todos sus rubros para evitar contingencias; investigar y localizar todo lo relacionado con la producción (información visual y sonora, locaciones, vestuario, utilería, escenografía, efectos especiales); realizar el "casting"; supervisar, al final de la producción, que todo lo utilizado que sea reciclable regrese a su lugar de origen; facilitar las actividades de coordinación durante la grabación o emisión de los programas; preparar informes de diversa índole que le entrega al productor sobre eventualidades en la preproducción, grabación, edición y gastos; registrar y controlar todos los casetes utilizados; entregar el "master" o versión final del programa al área de transmisión y devolver el material utilizado al área de videoteca para su almacenaje y resguardo; realizar las cartas de agradecimiento a las instituciones o personas ajenas a la producción que apoyaron para la realización del programa, etc.

- *Director tecnico*: Está a cargo del elenco y las operaciones técnicas; y dirige las operaciones del "staff" técnico en grabaciones o emisiones al aire. Es el responsable principal de transformar un libreto en mensajes de video y audio eficaces; es decir, su meta principal es entregar el programa, desde el punto de vista técnico, en tiempo, forma y calidad.
- *Director de cámaras*: Es quien se reúne con el equipo de producción para acordar y asignar las actividades, tiempos y ritmos en que se

realizará la grabación o emisión. Además, a partir de la versión final del guión literario, realiza el guión técnico en el que asienta los planos a grabar, la técnica a utilizar, el equipo, el "staff" y demás condiciones que son necesarias para la grabación o emisión de los programas; también propone el reparto y presencia las pruebas de los actores y/o conductores; e intercambia impresiones con el productor y el "staff" técnico sobre el plan de trabajo y la intención de cada fase del mismo. Determina y supervisa la iluminación, el emplazamiento de cámaras, la escenografía, la ambientación y la caracterización de los actores y/o conductores durante la grabación, sin perder de vista el propósito de cada una de estas áreas, atendiendo a la totalidad de la producción. Previamente a la transmisión o grabación, el director ensaya con el elenco y el día del evento, o un día antes, realiza ensayos parciales o generales para prever los tiempos, movimientos y posibles contingencias. Finalmente, supervisa con el editor la edición, el doblaje y las mezclas tanto de audio como de imagen.

- *Director asociado*: Asiste al director durante la producción real.
- *Elenco*: Se refiere a todos los ejecutantes que aparecen en la televisión regularmente.
- *Conductor*: Aparece ante la cámara desempeñando actividades que no son de actuación. Es el presentador e imagen pública del programa, normalmente es un comunicador, un periodista, un locutor o alguien con alguna profesión afín, escogido por ciertas cualidades (buena dicción, carisma, conocimientos, apariencia física).
- *"Floor manager"* o jefe de piso: Está a cargo de todas las actividades que se llevan a cabo en el piso de estudio. Dirige al elenco, se apoya en las indicaciones que el director le dé y supervisa al personal de piso. Es, por decirlo así, los brazos, ojos y piernas del director en el foro, y la máxima autoridad dentro de éste. Una de sus funciones es establecer un lazo de comunicación entre el personal que trabaja en el piso del estudio y los que trabajan en la cabina. Entre las actividades que realiza

se pueden enlistar las siguientes: seguir las instrucciones del realizador o director de cámara a través de un intercomunicador para la grabación o emisión de las programas; coordinar en el foro los movimientos de los camarógrafos, microfonistas, actores, conductores e invitados; señalar el inicio de la grabación gritando la pizarra que identifica al programa y el término o corte de la grabación; si el programa no se apega a un guión estricto, debe indicarles a los comentaristas o actores cuándo alargar, iniciar, acortar o terminar su diálogo; señalar la cámara que está al aire y previene al conductor de los cambios de cámara para que los movimientos de éste sean naturales; indicar el tiempo restante de grabación y el final del programa, etc. (en red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n-#FloorManager> )

- *Escenografos*: Instala y decora las escenografías.
- *Asistentes de cámara*: Apoya a los operadores de cámara para los movimientos del “dolly”<sup>7</sup>, así como para jalar los cables de la cámara.
- *Maquillistas*: Están a cargo de embellecer al elenco y, como se explica en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Maquillista>, apoyan al director para realizar las caracterizaciones necesarias valiéndose de pelucas, prótesis, postizos, etc., según convenga a los intereses y necesidades de la producción, por lo que deben tener conocimientos de historia y sobre los usos y costumbres de las distintas épocas a fin de lograr resultados creíbles y congruentes. Además del maquillaje, realizan peinados, tintes y cortes de cabello a los actores y/o conductores.

El personal técnico de producción está constituido por las personas que se responsabilizan de la operación del equipo. El personal técnico incluye a los

---

<sup>7</sup> Especie de plataforma móvil con ruedas que puede usar sobre unos rieles o ruedas de caucho, dependiendo de la necesidad. Encima trae un soporte de cámara y algunas veces también incluye la silla del operador de cámara; esto permite un desplazamiento suave, controlado y, lo más importante, es que la imagen no se mueve de manera brusca.

operadores de cámara, la gente de audio e iluminación, a los operadores y editores de videocinta, así como los operadores del generador de caracteres, cuyas funciones particulares, a grandes rasgos, se mencionan a continuación:

- *Switcher* : Opera el “*mixer*”<sup>8</sup> y actúa como jefe técnico del equipo. En la página <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Switcher> se describen algunas de sus funciones, entre ellas: dirigir las actividades del personal técnico y del buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de la producción para la realización del programa; llevar un estricto inventario del uso de los equipos para programar el mantenimiento preventivo y la renovación de equipos por desgaste; programar y supervisar tareas complejas de mantenimiento correctivo y operación del equipo electrónico, establecer y verificar la calidad de los enlaces, así como de la señal emitida y grabada, y planear la distribución de la señal de TV; llevar la bitácora de los servicios de cámara portátil, edición, postproducción, audio y estudio de TV; otorgar las facilidades técnicas para la emisión y/o grabación de los programas; como responsable de la buena operación técnica del estudio, debe coordinar y supervisar las actividades del “*staff*” técnico. También opera el mezclador de video en unidad móvil o en las cabinas de postproducción; selecciona las fuente indicadas por el realizador, como cámaras, computadora o máquinas reproductoras de cintas; prepara los efectos electrónicos que le solicita el realizador y les da salida de monitor de previo para que la mezcla sea supervisada y se determine su salida al aire
- *Operadores de cámara*: Los camarógrafos son los que se encargan del manejo de las cámaras y están familiarizados con la operación de las mismas ya sea sosteniéndolas ellos mismos en sus hombros o estando éstas soportadas por algún instrumento mecánico, como un trípode o

---

<sup>8</sup> En términos simples, es el panel de control que permite al director efectuar una selección de las tomas más efectivas a partir de las imágenes de las distintas fuentes de video que se muestran en la fila de los monitores de vista previa. Un “*mixer*” realiza cuatro funciones básicas: cortes, disolvencias, superposiciones y desvanecimientos.

una grúa. Como se comenta en la página <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-produccion#Camarografo>, es su responsabilidad el encuadre de imagen, por lo que no sólo necesita tener conocimientos técnicos precisos sobre la operación de las cámaras (óptica, iluminación, audio básico, colorimetría, composición de la señal de televisión, etc.), sino también criterio estético para la acertada composición de la imagen. En ocasiones se encargan de la iluminación y participan en la selección de escenarios para verificar las condiciones en las que realizarán su trabajo, intercambiando puntos de vista con el director acerca de las tomas, encuadres y equipos que conviene utilizar.

- *Técnico de audio*: El operador de audio se encarga de todas las operaciones relacionadas con este aspecto de la producción. Realiza la planeación y el registro de las fuentes de audio en todas sus fases, por lo que es conocedor de los equipos técnicos, las variables del sonido, la sensibilidad y las características de los micrófonos y sus soportes, etc. Durante el programa opera la consola de audio para realizar las diferentes mezclas de las fuentes sonoras, ya sean directas -voz, música, ambiente- o pregrabadas (en red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-produccion#OperadorDeAudio>).
- *Operador del generador de caracteres*: Es el encargado de capturar toda la información que aparecerá escrita en pantalla, por lo que requiere buena ortografía y capacidad de síntesis para expresar ideas en uno o dos renglones. Escribe y/o recobra los nombres y otros materiales gráficos de la computadora para integrarlos a la imagen de video, eligiendo junto con el realizador el tipo y tamaño de letra a utilizar, así como los fondos más adecuados para que las palabras no se confundan. Entre sus funciones, según la página <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-produccion#OperadorDelTituladorOGeneradorDeCaracteres>, está anticipar siempre

el título del programa y coordinarse con el "switcher" para la inserción o cambio de caracteres.

- *Editor*: Opera el equipo de edición durante la postproducción. Debe coordinarse con el realizador para seleccionar el material videográfico que conformará el discurso audiovisual; por ello debe conocer los objetivos del guión, su intención y el plan general de la obra para que, mientras se edita, se prepare el material que será postproducido. En términos generales, como se explica en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n-#EditorTécnico>, reordena y selecciona las mejores secuencias y planos que se encuentran dispersos en varias cintas, atendiendo al montaje sugerido en el guión y coordinado por el director o su asistente. En edición lineal, su labor termina al dejar editadas las pistas o el programa que no requieran postproducción; en edición no lineal, participa en la toma de decisiones creativas para la edición, encargándose en la postproducción de las mezclas finales de audio y video, así como de los efectos de transición de imagen y sonido.

### **c) Equipo técnico de producción**

Cada proyecto audiovisual cuenta con su propio equipo de producción correspondiente a las necesidades a cubrir, pues no es lo mismo lo utilizado para una telenovela que para un programa o reportaje televisivo. En este sentido, el productor debe estar consciente de cada instrumento que será indispensable para la realización de su proyecto.

Para la producción de un programa televisivo se debe contar con una cabina de control perfectamente equipada con el fin de que el programa pueda ser transmitido, más aún si éste será en vivo. La sala o cabina de control es un cuarto

adyacente al estudio desde el cual se coordinan todas las actividades de producción. Aquí el director, el director asociado y el director técnico, así como el personal y los asistentes de producción, toman decisiones para obtener la máxima eficacia de las secuencias de imagen y sonido, que deberán ser videograbadas o televisadas en vivo.

Según Zettl (2001:21), el área de control del programa debe contar con el siguiente equipo:

1. *Monitores de video.*- Incluso una sala de control sencilla tiene un asombroso número de monitores de video. Así, existe un monitor de para cada una de las cámaras del estudio y monitores separados para observar películas, videograbadoras y generadores de caracteres u otros mecanismos de efectos especiales de video. El número de monitores esta en función del tamaño de la producción en cuestión, sin embargo siempre se cuenta con monitores previos, de programa y de grabación o de aire, es decir lo que se esta proyectando como imagen final.
2. *Bocinas o monitores de audio.*- El personal de producción que se encuentra en la sala de control, especialmente el director, necesita escuchar qué audio está saliendo al aire. Para ello cuenta con un control de volumen para ajustar la sonoridad del altavoz que monitorea sin afectar el volumen del audio de salida.
3. *Sistema de intercomunicación.*- Además de la importancia que reviste la intercomunicación directa que conecta al director con los otros miembros del equipo de producción, existe un sistema de intercomunicación llamado P.A. (sistema dirigido al público; en inglés "*public adress system*"), que también puede ser utilizado por el director para comunicarse al estudio; en este caso, permite al director hablar con el personal o el talento que se encuentra en el estudio cuando se ha detenido momentáneamente el programa.

4. *Reloj y cronómetros.*- El reloj indica cuándo debe comenzar y terminar el programa, mientras que el cronómetro se utiliza para tomar el tiempo de las inserciones, tales como introducir videos, entrevistas, cápsulas, etc.
5. *Control de la imagen.*- Es la selección y secuencia apropiadas de las imágenes de video tales como son enviadas por las cámaras u otras fuentes de video. La pieza principal del control de la imagen es el "*switcher*", mecanismo que debe estar colocado cerca del director para que cualquier problema pueda ser solucionado por el mismo. El generador de caracteres también se encuentra en la sala de control y su operador puede extraer los diversos títulos preprogramados o crear otros nuevos durante el programa.
6. *Control de audio.*- Puede ser considerada como una pequeña estación de radio adyacente a la sala de control de televisión aislada de ruidos; dicha cabina cuenta normalmente con una consola de audio y un tablero de conexión, grabadoras de audio y máquinas de casetes, así como un reproductor de CD, altavoces que sirven para escuchar el programa y las marcas del director, un reloj y un monitor de línea.
7. *Control de iluminación.*- El control de iluminación puede localizarse en la sala de control o en un rincón del estudio. El operador está como los otros miembros del equipo, conectado con el director por medio de la línea directa de intercomunicación.

El control maestro es la cabina principal encargada de transmitir la señal o mandarla al operador de cable o satélite. Es muy distinto a las cabinas de producción de los estudios de televisión, donde las actividades son cambiar la señal de una cámara a otra y que estén coordinadas.

La cabina de control maestro o el "*master*", como es comúnmente llamado, incluyen monitores de video, máquinas de videocasete, equipo de transmisión y, recientemente, también se cuenta con equipo de transmisión automática para grabar y repetir programación en vivo.

Estas cabinas por lo general cuentan con uno o dos operadores de todo el día, todos los días para garantizar la operación continua, quienes se encargan de vigilar la calidad y precisión del producto en el aire, asegurando que la transmisión cumpla con las regulaciones gubernamentales, así como la solución de problemas de mal funcionamiento del equipo, y la programación para la futura reproducción. (en red; disponible en [http://en.wikipedia.org/wiki/Master\\_control](http://en.wikipedia.org/wiki/Master_control)).

Todas las cámaras de televisión están equipadas con el visor de imagen que muestra lo que la cámara está fotografiando mediante el sistema de reconversión de los pulsos eléctricos en luz. En la mayoría de las cámaras de estudio se puede seleccionar en el visor, además de la imagen que está tomando la cámara correspondiente, la imagen que está accionada al aire, ya sea de otra cámara o cualquier otra fuente de video; ésta es una facilidad valiosa, ya que permite al camarógrafo observar la composición de su cámara con otras imágenes o hacer una composición diferente a la que tiene la cámara accionada al aire (González, 2000:112).

Otra herramienta para la producción televisiva es el *"teleprompter"*, un sistema auxiliar de los conductores que les evita tener que bajar la cabeza para leer un texto o memorizar la información; es muy útil principalmente en los noticieros. Consiste en un monitor montado en el transporte de cámara que refleja la imagen de la pantalla sobre un vidrio especial angulado colocado frente a la lente; el reflejo es visto por el conductor y la lente puede ver perfectamente a través del vidrio. El texto en el monitor debe estar invertido para que al ser reflejada en el vidrio se reinvierta y quede correctamente al momento de ser leído (González, 2000:114).

Una vez que ya se ha verificado que todo el equipo necesario para la producción está listo, se procede a realizar el ensayo general; éste debe conducirse como si estuviera en el aire, es decir, como si la grabación o salida al aire del programa se llevara a efecto en ese momento. Esto significa que todo el

personal y todos los elementos de producción han de estar dispuestos: iluminación, escenografía, musicalización, vestuario, maquillaje, audio y otros efectos especiales.

#### **2.1.1.10 Permisos**

En toda producción se deben considerar aquellas cuestiones que requieren el permiso o la autorización de alguien, sin los cuales se podrían interponer quejas contra los productores. La música, imágenes, locaciones, el rodaje en la calle, etc., precisan de la solicitud de un permiso que, mediante el pago o autorización gratuita, ceda el derecho de registro, emisión y/o manipulación.

El productor debe conocer los permisos y derechos implicados en cada una de las modalidades de utilización del producto, ya que cada uso o aplicación tiene cargas distintas. En las tarifas comerciales suele advertirse claramente de los derechos del cliente y en ocasiones, se advierte de sus obligaciones en caso de ampliar el campo de aplicación previsto.

Del mismo modo, en la cesión de imágenes de una televisión se hace constar que el beneficiario se hace responsable de la obtención de permisos, del pago de derechos y de las reclamaciones a que hubiere lugar por parte de las personas que aparecen. En caso de no aparecer estas observaciones en los contratos o permisos, el productor igualmente debe conocerlas y respetarlas (Fernández, 2003:111).

#### **2.1.2 Producción**

La segunda etapa del proceso televisivo comprende todo lo referente al día de la grabación; es la realización en sí del producto audiovisual. Para que esta

etapa pueda ser resuelta sin imperfecciones, el productor general debió haber cuidado a la perfección todo lo planeado en la primera fase de la producción. Lo más importante es la sincronización de todos los elementos que intervienen en la producción, previamente ensayados.

Cuando comienza esta fase, en el proceso de producción de un programa ya se han incorporado todos los componentes de los diversos equipos que intervienen en la realización del producto. Todo el trabajo de planificación efectuado durante la primera etapa ha tenido como objetivo que el devenir del rodaje suceda de forma lógica y organizada, siguiendo las pautas recogidas en el plan de trabajo. La eficacia de una buena planificación va a comprobarse en este periodo, cualquier error por falta de previsión tendrá en esta fase, consecuencias catastróficas para el buen fin de programa.

Durante la grabación se produce la máxima confluencia de equipos y personas y se manejan el mayor número de recursos técnicos y humanos. Un fallo puede imposibilitar o retardar el trabajo de muchos profesionales, lo que, además de romper el plan previsto, puede hacer peligrar la economía de la producción por los cuantiosos gastos que conlleva cada hora de trabajo (Fernández, 2003:129).

En esta fase se ponen a funcionar los elementos que intervendrán en la grabación o transmisión del programa. Al llegar a este punto, ya se cuenta con una ruta crítica que señala las fechas límite en que se deben ir integrando los elementos. Durante esta etapa se deslindan las responsabilidades del personal que hará posible la realización del programa. Ésta es, sin duda alguna, la fase más laboriosa del proceso de producción, ya que de ella dependerá que los resultados se alcancen.

En el trabajo televisivo la grabación se convierte, con frecuencia, en la última fase si se trabaja en directo y en multicámara, es decir, con varias cámaras a la vez cuyas señales se seleccionan mediante una mesa de mezclas que

permite escoger en cada momento la señal de la cámara que se desea salga en programa. Si es en diferido y va a haber postproducción, suele registrarse por bloques de grabación que después serán debidamente montados (Fernández, 2003:47).

Si el productor realizó bien su trabajo, al llegar a este punto el director puede hacerse cargo. No obstante, el productor sigue siendo el responsable de la producción total y, por tanto, debe mantenerse involucrado hasta que la producción salga al aire. Durante la producción, las actividades inmediatas del productor son hacerse cargo de los invitados y actuar e coordinación con el director.

Cuando se espera la presencia de invitados al programa, es necesario que el productor o uno de sus asistentes los haga pasar al estudio. No existe nada más penoso que un invitado perdido en la estación, tratando de encontrar al productor o de ubicar el estudio. Con el propósito de que los invitados cuenten con un espacio donde relajarse antes de entrar al estudio, conviene contar con una habitación con servicio de café y té.

El productor estar al pendiente del flujo general de la producción. Algunas veces pareciera que el director se pierde en un pequeño detalle del monitor y efectúa de nuevo una y otra toma sólo para darse cuenta, más tarde, de que le queda poco tiempo para grabar el resto del programa. De ahí que el productor deba recordarle al director cuándo es necesario agilizar el proceso, con el propósito de apegarse al calendario. De esta manera, cuando se observe que el personal de iluminación o de audio se está llevando más tiempo del acostumbrando en hacer la instalación, será necesario comunicárselo al asistente del director. Ahora bien, cuando el director requiere equipo o utilería adicionales con el propósito de mejorar una escena, es el productor quien debe aprobar el gasto extra (Zettl, 2001:422).

En televisión el trabajo de cámara, por lo que respecta a su operación, se encuentra tipificado en categorías laborales que dan cuenta de su profesionalidad. Existen, en algunas corporaciones, clasificaciones tales como primera cámara, segunda cámara, cámara auxiliar y cámara de ayudante de reportero gráfico, quien es el responsable de la toma de imagen. Siempre siguiendo las instrucciones del realizador, la primera cámara es el operador más completo, capaz de tomar imágenes mediante cualquier medio mecánico, mientras que las categorías inferiores trabajan exclusivamente con tripie o, en el caso del ayudante de reportero gráfico, muchas veces al hombro (Fernández, 2003:54).

El personal que interviene en la fase de grabación es muy variable y dependerá del tamaño de la producción, así como de la tecnología y sistema utilizado.

### **2.1.2.1 Grabación y reproducción de audio**

La grabación de audio puede ser reproducida en televisión de las siguientes formas: disco compacto, cinta de audio (casete, digital), audio en "*video tape*"<sup>9</sup>, película sonora, archivos y reproductores digitales o mediante una computadora.

En el disco y en la cinta de audio el sonido no viene acoplado al video, es decir, no está mecánicamente sincronizado; en cambio, en el "*video tape*" y en la película el audio está grabado de manera directa en este material y, por tanto, está mecánica y electrónicamente sincronizado con las imágenes.

En la actualidad la grabación digital de sonido es la grabación de sonido en la que se obtiene audio digital. Para ello, interviene un proceso previo de Conversión A/D (analógica-digital) y, una vez que obtenemos la señal digital, ésta es grabada sobre un soporte o medio.

---

<sup>9</sup> Sistema que permite grabar y editar los programas.

Lo que determina si estamos ante una grabación analógica o digital no es el soporte o medio, sino el tipo de señal grabada en él. Así por ejemplo podemos tener grabaciones digitales sobre cintas magnéticas.

En televisión es más frecuente que el sonido sea grabado en "video tape", disco compacto en coordinación con la imagen o en audio digital. Algunas veces se hacen doblajes posteriores en la edición, facilitándose en esta forma quitar o agregar audio independientemente del video; sin embargo, dificulta la edición, pues tiene que ser muy preciso el doblaje para evitar la falta de sincronización del audio y video.

Una diseño de audio efectivo puede levantar cualquier espectáculo, mientras que una vaga e inapropiada concepción acústico puede alterar la más depurada obra televisiva. La musicalización tiene como objetivo primordial evocar un sentimiento, al mismo tiempo que provee la atmósfera adecuada en términos de sonido.

El musicalizador o técnico de sonido y el productor, son los encargados, trabajando conjuntamente, de la selección de la línea musical y efectos de sonidos que más convienen al guión. La música puede utilizarse como vehículo asociador entre una escena y otra, o bien, para establecer una relación dentro de la acción.

El paso de una escena a otra debe ser señalado mediante un efecto sonoro que puede ser musical, lo que comúnmente se llaman cortinas musicales o cortinillas. La cortina musical ayuda a establecer el cambio de imagen y la separación adecuada. Por lo general, la cortina musical está sincronizada con efecto de imagen que puede ser un wipper.

### **2.1.3 Posproducción**

Es la última fase de la producción de un programa; aquí tiene lugar el montaje u ordenación expresiva de las distintas tomas para la construcción final del producto.

Es el proceso de operación de arte que se realiza para armar o editar todos los elementos que conforman un programa de televisión. Una vez grabadas las tomas que forman el programa, se procede al acabado final, esto es, unir cada toma dentro de una secuencia lógica narrativa, ajustándolas a cierto tiempo delimitado, agregando títulos, créditos, gráficas, efectos especiales, sonidos y textos de manera que el resultado sea un acabado definitivo, es decir, un programa listo para transmitirse (González, 2000:212).

En esta tercera fase el personal se reduce a unos pocos, con la responsabilidad de dar forma definitiva al programa. La presencia del equipo de concepción del producto y de coordinación de medios es mínima. Es el protagonismo de los especialistas del montaje y sonorización, así como de aquellos intérpretes que participan en las tareas del doblaje (Fernández, 2003:60).

La reducción de personal que se produce en esta fase no significa que el momento no sea trascendental en el proceso de producción de un programa. Aquí tiene lugar una de las aportaciones fundamentales de la creatividad y la expresividad para la consecución de mayor calidad en el producto. La combinatoria del montaje y las infinitas posibilidades disponibles para resolver de una u otra forma el programa exigen un estado de concentración muy alto de quienes intervienen en esta labor (Fernández, 2003:150).

### 2.1.3.1 La edición

La edición es la parte integral de la posproducción en televisión. Mediante este procedimiento se pueden seleccionar las imágenes de una matriz y colocarlas en un master, así como manipular por separado el video y el audio (Gutiérrez, 2000:132).

Con la edición se llega a uno de los momentos cruciales en la creación televisiva. En sentido más elemental, la edición sirve para narrar, para explicar una historia. Por ejemplo, un plano de un hombre disparando, seguido de otro que muestra a un jabalí que se desploma, explica que el hombre acaba de matar una presa, esto sucede porque en el cerebro, educado cinematográficamente, se establece una conexión mental entra causa y efecto, y de ahí surge la “narración”.

En este sentido narrativo concebía el montaje el estadounidense Griffith, quién se especializó en la narración a través de acciones paralelas con sus famosos salvamentos de último minuto (Quijada, 2000:67).

La edición tiene la propiedad de crear un mundo nuevo y hasta imágenes irreales, suprimiendo tiempo y espacios, enlazando las cosas más diversas para transmitir una idea.

Fue Pudovkin el primer autor que trató de codificar las leyes de la edición; discípulo de Griffith, entendía la edición precisamente como “narración”, como acumulación de datos. Para él, un director descomponía la realidad en sus fragmentos más expresivos y luego, al editarlos, los iba armando, por lo que esta edición se denominaba analítica. Tres planos, un dedo autoritario que señala, una gorra militar y un fusil que dispara, por ejemplo, podían definir toda una situación mostrando el todo por medio de una de sus partes, como hacen los poetas que hablan del “hierro” en vez de aludir directamente a la “espada” (Quijada, 2000:69).

Por otro lado, desde la perspectiva del cine, Pudovkin definía la edición como *“una retórica de la imagen llamada a resaltar disonancias y conflictos internos en busca de una solución cinematográfica”* (en red; disponible en <http://www.tumiamiblog.com/2007/08/vsevolod-pudovkin.html>) y estudiaba por separado la edición de planos y la edición de escenas; en este último punto, señalaba como formas principales de la edición, según él: la antítesis (contraste), el paralelismo, la simultaneidad (acciones paralelas) y la analogía.

### **2.1.3.2 Efectos especiales**

El recurso de los efectos especiales es un apoyo indispensable para la producción de programas de televisión; pero el director no debe perder de vista la justificación de su uso. Tres preguntas básicas hay que responder antes de su aplicación: ¿Es el efecto realmente necesario? ¿Hace el efecto una contribución positiva a la presentación visual? ¿Es posible realizar el efecto?

Los efectos especiales son mecanismos a través de los cuales se puede jugar con una imagen o con una transición entre imágenes. La gran variedad de los efectos electrónicos parece no tener fin en las oportunidades pictóricas de producción para programas de televisión. Conforme avanza la tecnología, la capacidad de crear efectos se incrementa (González, 2000:179).

Los efectos ópticos se realizan a través de la lente de la cámara, sus filtros, accesorios y espejos. Una forma sencilla de ilusión óptica es por medio de espejos que son utilizados para hacer tomas de arriba hacia abajo, o bien para realizar demostraciones en donde, para lograr captar la imagen, se necesitaría una cámara colocada en el emparrillado o araña de iluminación. No hay que olvidar que el reflejo por espejos invierte la imagen, por lo que es conveniente reinvertirla electrónicamente o hacer uso de dos espejos para producir un doble

reflejo; si la imagen invertida no afecta al programa se puede quedar de esa forma y así simplificar el trabajo (González, 2000:191).

Otros efectos necesarios, y que no se pueden lograr mediante la edición, son los mecánicos; éstos se realizan en el estudio de televisión o en locaciones externas y forman parte de la ambientación para lograr un mayor realismo en la escena. La producción artificial de lluvia, truenos, nieve, humo, fuego, fuertes vientos, etc., son algunos de los efectos producidos mecánicamente.

Es importante destacar la importancia de las transiciones en televisión ya que de ellas marcarán el ritmo de una producción. Si se toma como base un videoclip, una edición muy lenta no será la adecuada para música *“rock”*, dado que el ritmo de este tipo de canciones exige cortes rápidos en la edición y pocos o ningún efecto de transición (Gutiérrez, 2000:131).

**CAPITULO III**  
**PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA TELEVISIVO**  
***MUJERES AL BALÓN***

**3.1. PREPRODUCCIÓN**

Como se ha mencionado anteriormente, en la etapa de la preproducción se plasma la idea del programa que se pretende realizar. En este caso se decidió llevar a cabo la producción de un programa televisivo dedicado al futbol debido a que éste es, sin duda, el deporte con mayor demanda en la sociedad mexicana. Lo original de la propuesta no es, pues, la temática; pero sí el hecho de que la conducción de dicho programa esté únicamente en manos de un grupo de mujeres.

Esto se planeó así porque hoy día hay muchas chicas que gustan del futbol, que siguen los partidos con interés, que conocen del tema y que, incluso, practican dicho deporte de manera tanto amateur como profesional; y un programa como ése sería un excelente espacio para permitirles expresarse y desarrollarse de manera activa en el ámbito del periodismo deportivo,

actividad que, como se dijo en el capítulo 2, en México, como en el resto del mundo, es un campo dominado por los varones.

### **3.1.1 Propuesta del programa**

Dar el primer paso en cualquier proyecto puede resultar la etapa mas compleja, en producción televisiva no es la excepción, y es que lo que quizás para algunos es prender un televisor y disfrutar de un programa, para el productor representa un trabajo de gran magnitud.

Antes de plantear formalmente la idea del programa a producir el productor debe tener definido lo que quiere transmitir, el formato televisivo y por supuesto el público a quién se dirigirá.

Lo primero fue decidir que tipo de programa se realizaría, se llegó a pensar en la realización de un programa de concursos, sin embargo, no representaría una producción novedosa, después de días de observación y análisis en la televisión tanto abierta como restringida se llegó a dos conclusiones:

1.- Uno de los géneros mas vistos por el público Mexicano es el deportivo, en especial el futbol.

2.- El sector femenino de la población no cuenta con una participación representativa en los programas deportivos dedicados al futbol, aún cuando este segmento cada día se encuentra mas familiarizado con el tema.

El deporte mas gustado por la sociedad Mexicana sin duda alguna es el futbol, al parecer la comunidad nacional prefiere disfrutar de este deporte que comer, pues los partidos dominicales representan el plato fuerte de fin de semana.

Los programas dedicados al futbol, donde se presentan los mejores goles, análisis de jugadas, estadísticas, resultados de partidos, etc., son los que no pueden faltar en la televisión abierta, y que decir de la televisión restringida, pues hasta existen canales dedicados únicamente al futbol, empresarios invierten grandes sumas de dinero en este deporte pues está comprobado que es un negocio rentable.

En la actualidad el futbol es un deporte no sólo del género masculino, las féminas de igual forma participan en él y no sólo como espectadoras, también como integrantes de equipos nacionales, sin embargo es deprimente ver como la mujer en la televisión deportiva ha jugado un papel de mero simbolismo sexual, es utilizada como un icono de belleza pero al mismo tiempo de ignorancia.

Es un hecho que existen cada vez más mujeres apasionadas por el amplio mundo del futbol, que disfrutan y tienen conocimiento de este.

Analizado lo anterior y tomando en cuenta que la productora de el programa es una amante del futbol, se tomó la decisión de realizar un contenido televisivo dedicado al futbol, sólo que en esta ocasión conducido por mujeres, que además de disfrutar este deporte tengan el conocimiento necesario para explicarlo y así contribuir a su entendimiento.

Este proyecto además de ser novedoso e innovador es una forma de romper el esquema en el que ha sido encapsulada la mujer en el ámbito deportivo.

Una vez decidido el formato del programa y las características generales de este, se procede a realizar la propuesta de programa formal de acuerdo a los pasos de la producción televisiva.

a) *Nombre del programa*

Elegir el nombre correcto para el programa no es tarea fácil, el productor debe tomar en cuenta varios aspectos. Para empezar debe ser un nombre que denote el contenido del programa , en este caso, un programa dedicado al futbol conducido por mujeres, de igual forma se debe seleccionar un titulo que pueda ser recordado por el publico y con el que además se puedan sentir familiarizados.

Se decidió realizar un sondeo entre la población femenina para ver por un lado, el impacto que tendría la realización de dicho programa y por otro, para contribuir a la correcta elección del nombre que este llevaría.

En la encuesta se sometieron a votación varios nombres propuestos por la producción y que de alguna manera reflejaban el contenido que tendrá el programa, entre estos figuraban: “Ellas y el futbol” , “Futbolmaniaticas” , “Mujeres al balón” y “Mujeres futboleras”, de igual forma se dió la opción para que las entrevistadas sugirieran un nombre bajo su criterio.

Después de verificar los resultados de la encuesta se eligió *“Mujeres al balón”*. Además de contar con el mayor numero de votos, este título refleja la identidad de la producción, que intenta demostrar que el sexo femenino también sabe y disfruta del futbol. En el nombre va implícito que será el sexo femenino quien llevará la batuta de este programa, así mismo se utiliza la palabra “balón” dando a entender que es un programa deportivo, es importante recalcar que esta última palabra usualmente va acompañada del sexo masculino , es decir, estamos acostumbrados a que los balones sólo los usan los hombres, de esta forma tan sólo en el nombre del programa se rompe con el panorama clásico del futbol.

Como es bien sabido el futbol no es el único deporte que utiliza balones para ser practicado, para evitar confusiones se pensó utilizar la imagen de un balón de futbol en el logo del programa, surgiendo así el siguiente signo identificador que distinguirá al programa:



Este signo identificador consta de dos partes:

- Un imagotipo<sup>10</sup> integrado, a su vez, por dos secciones: un elemento textual, que es el nombre del programa (*Mujeres al balón*); y uno icónico, el cual mantiene una obvia relación de semejanza con el anterior (un balón de futbol enmarcado por el símbolo de la mujer y con unas líneas que simulan la trayectoria de dicho balón al ser pateado durante el juego). La imagen está colocada arriba del texto.
- Dos figuras de fondo, que son siluetas femeninas, para enfatizar la participación de la mujer en el programa.

---

<sup>10</sup> Es la combinación de un logotipo (compuesto sólo por tipografía, sin icono) con un isotipo (imagen sin tipografía). Es decir, el imagotipo tiene tanto tipografía como imagen; pero el texto y la parte icónica se encuentran separados, no fundidos, de tal manera que se pueden apreciar como dos elementos independientes. Normalmente el texto se pone abajo, arriba o a un lado de la imagen.

Se decidió utilizar el color morado en esa tonalidad porque puede asociársele con el sexo femenino sin caer en el estereotipo, como ocurriría con el rosa. También porque, según algunos psicólogos y psiquiatras, tanto el morado como el violeta tienen un profundo efecto sobre la mente y son utilizados como ayuda para calmar y tranquilizar a quienes sufren problemas mentales y nerviosos, pues se les considera colores que equilibran y ayudan a transformar las obsesiones y los miedos, aportando paz y posibilitando "conectar" a las personas con los impulsos musicales y artísticos, así como con la sensibilidad a la belleza. Esto quiere decir que el color elegido puede relacionarse con la creatividad, la imaginación, la independencia, la dignidad, la serenidad, el cambio y la trasgresión, conceptos que, en gran medida, se relacionan con la idea del programa propuesto.

El color gris de una de las siluetas y de parte del texto se utilizó para darle un buen matiz al fondo, además de que se le asocia con la independencia, la autosuficiencia y el autocontrol, pues es un color que actúa como escudo de las influencias externas. Se le vincula con la estabilidad, la generosidad y las grandes dotes organizativas y humanitarias, por lo que resulta muy apropiado su empleo en el imago tipo de un programa conducido por mujeres y dirigido también al público femenino.

La otra figura del fondo aparece en negro porque éste, entre sus varias connotaciones, implica fuerza, vida interior, previsión, orden y elegancia, razones por las que se le consideró apropiado como complemento del esquema cromático del signo identificador, además de que visualmente combina muy bien con el morado y el gris.

El blanco se usó como complemento y para equilibrar la fuerza del morado. Se le asocia con la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad, además

de aportar una apariencia de frescura y limpieza al signo que identificará al programa.

El balón está colocado estratégicamente dentro del símbolo de la mujer (un círculo con la cruz que se extiende hacia abajo y que simboliza a la diosa Venus o Afrodita, deidad del amor y la belleza, representación de la feminidad) para enfatizar que ésta también puede gustar del fútbol sin perder por ello su condición femenina.

La tipografía elegida, sin remates o patines y con predominio de las curvas, también remite a la idea de feminidad y otorga al signo identificador el toque vanguardista y juvenil con el que contará el programa.

#### *b) Objetivo del programa*

Como en todo proyecto, esta producción cuenta con diversos objetivos, se propone crear un espacio televisivo dedicado a mujeres interesadas en el fútbol, donde éstas puedan llevar a cabo, desde una perspectiva femenina, una labor de periodismo deportivo que incluya análisis y crítica de los partidos, comentarios al respecto, información relevante en torno al ámbito futbolístico, etc., de esta forma contribuir al entendimiento de este deporte, es decir, en este programa se busca dar explicación a todos los puntos, reglas y jugadas mal comprendidas por el público.

Así mismo el objetivo de este programa será romper el esquema clásico del fútbol, en el cual la mujer no cumple una función importante, inclusive en algunos programas deportivos las participaciones femeninas no tienen nada que ver con algún deporte, es por esto que con este programa se propone demostrar que existen mujeres que no solo gozan del fútbol si no que también tienen

conocimiento sobre este, y la capacidad de analizar y explicar sucesos futbolísticos.

c) *Publico Meta*

El publico al que irá dirigido el programa es por supuesto el sector femenino de la sociedad que gusten del futbol, aunque no existe un rango de edades exacto entre los cuales se pueda encasillar esta producción, se pudo conocer gracias al análisis previo, que son las mujeres entre 20 y 40 años las más interesadas en este deporte.

Dicho lo anterior, este programa tendrá como audiencia objetivo mujeres entre 20 y 30 años interesadas en el futbol, pues se pretende crear un espacio juvenil, sin embargo no se cierra las puertas a que audiencia de mayor pueda disfrutar de las emisiones.

De igual forma se espera que los varones reconozcan los méritos del programa y lo sigan.

d) *Formato del programa*

El programa seguirá un formato de debate, pues es el que mas se apega a las características con las que se desea cumpla "Mujeres al balón", hay que recordar que se pretende analizar los partidos más relevantes de la jornada; al mismo tiempo se darán explicaciones de jugadas y pronósticos de partidos próximos, sin olvidar el tono juvenil, fresco y dinámico con el que contará el programa.

Se propone emisiones con duración de 30 minutos y con una periodicidad semanal de inicio, pues al ser un programa novedoso se debe cuidar que tenga el éxito esperado, además en México la gran mayoría de los partidos de futbol

ocurren en fines de semana lo cual permitirá la correcta edición de imágenes que servirán de apoyo para vestir la información. Analizado lo anterior se decidió sugerir los martes como días de transmisión en horario de 21:00 a 21:30 horas, siendo que forma parte del horario estelar, además se considera que es la hora adecuada en que la audiencia objetivo se encuentra en sus casas observando el televisor.

e) *Sinopsis del programa*

*Mujeres al balón* surge como respuesta a la demanda de muchas jóvenes interesadas en el fútbol que no tienen la oportunidad de hacer periodismo deportivo en otros programas o cuyas opiniones no son tomadas en cuenta dentro de este ámbito, rompiendo así con el tabú de que, en los programas sobre deportes, las mujeres sólo tienen talento para ser vistas como objeto sexual.

Para la entrada del programa se realizará una cortinilla que contará con una animación, la cual jugará con la temática del programa y el logotipo del mismo. La primera toma tendrá un juego de iluminación, comenzando a oscuras para después dar realce a las conductoras al momento de su presentación.

El programa comenzará con la presentación de las conductoras para dar paso a la información de los partidos de la jornada del torneo de fútbol mexicano, los partidos de la selección mexicana, de la liga europea o de la liga española, dependiendo la temporada. Se analizarán las jugadas más importantes de dichos encuentros, así como las alineaciones, explicando los puntajes dentro de la tabla general de cada torneo con la finalidad de que el público que no sea experto en fútbol pueda comprender mejor en qué consiste este deporte, cuáles son sus reglas y cómo se evalúan los resultados.

Cabe destacar que “Mujeres al balón” será un programa fresco y juvenil, por lo cual se irán manejando diversas tomas para darle más dinamismo a su presentación.

f) *Método de producción*

Para lograr un buen resultado la producción del programa trabajará en forma coordinada, es decir, se irán realizando pasos en conjunto así se aprovechará eficazmente el tiempo dedicado a la realización del proyecto.

Una vez decidido el nombre y el logo, se hará el bosquejo de la escenografía para empezar a elaborarla, al tiempo que se realiza el casting para ir preparando correctamente a todo el personal que formara parte del equipo de producción.

De igual forma partiendo del logo, del formato y del público meta del programa se inició el diseño y producción de cortinillas de entrada y salida, así como cada una de las identificaciones que forman parte de “Mujeres al balón.”

Es importante mencionar que al tener estipulado previamente el diseño de las cortinillas fue más fácil su realización, para dicha producción fue necesario utilizar programas de edición antes mencionados que permitieron la correcta fusión de todos los elementos logrando la producción de las cortinillas tal y como habían sido planeadas, jugando con los elementos del logo.

Toda la producción del programa se llevará a cabo en el estudio de televisión de la Universidad Villa Rica, porque éste cuenta con el equipo necesario para realizar dicho proyecto, de esta manera se evitará el mayor número de errores posibles pues al contar con la tecnología necesaria e indispensable solo bastará con tener una buena planeación y ejecución.

Se tiene previsto utilizar: tres cámaras de estudio, micrófonos inalámbricos, set de iluminación, material de escenografía desmontable y el cableado necesario para la proyección.

Los ensayos previos con todo el personal que colaborará en el proyecto de igual forma serán en el estudio de producción televisiva de la Universidad, así será más fácil para cada uno de los integrantes familiarizarse con su puesto, de esta forma la productora podrá vigilar cada una de las ventajas y desventajas que puedan ir surgiendo, anteponiéndose a los problemas que se puedan generar el día de la transmisión, generando alternativas de solución y evitar mayor complicación el día del rodaje.

g) *Presupuesto tentativo*

El costo de producción del programa piloto de *Mujeres al balón* es el siguiente:

Escenografía	\$ 3 000.-
"Casting"	200.-
Vestuario	500.-
Cassetes mini DV	300.-
Discos DVD grabables	100.-
Remuneración de "staff"	3 000.-
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7 100.-</b>

Al ser un programa piloto la producción busca la forma mas económica de producción, resolviendo creativamente cada problema que se presente, por mencionar un ejemplo si se requiere el uso de 10 cazuelas, se buscará la forma de iluminar correctamente utilizando 5.

Será importante seguir el presupuesto tentativo presentado para evitar gastos innecesarios.

### **3.1.2 Guión**

Para comenzar con la creación del guión se tuvo que definir el tipo de lenguaje que se manejará en el programa, que va ligado con el segmento de mercado al que se dirige, estando este último conformado por mujeres de 20 a 30 años de edad interesadas en el futbol, se decidió que el programa deberá utilizar un tono fresco y coloquial.

Con esto en mente, se realizó el guión literario que puede apreciarse en el anexo 1, correspondiente al programa piloto de *Mujeres al balón*.

Es importante aclarar que al momento de realizar el guión se tuvo que hacer un estimado en tiempos, es decir, se dividieron los minutos estimados para el programa (30 minutos) en el número de cortes comerciales que se tendrán para poder tener los minutos exactos de intervención de las locutoras.

Una vez realizado el guión literario se dio paso a la realización del guión técnico, el cual principalmente serviría para dar las indicaciones necesarias al cuerpo de producción al momento de grabar.

Si bien cada uno de los pasos dentro de la producción audiovisual es muy importante, es necesario mencionar que la correcta realización del guión será fundamental para evitar problemas futuros, y es que además de servir como la guía de acción para la producción, en la tercera etapa del proyecto será fundamental para que los editores realicen su trabajo sin riesgo alguno de cometer errores, pues es precisamente por medio de guión que ellos ajustaran los tiempos correspondientes al programa.

### 3.1.3 La escenografía y la iluminación

Para que se logre crear el ambiente adecuado de un programa de televisión se necesita contar con la escenografía adecuada. Para este programa se pensó realizar un escenario que contara con elementos futbolísticos, aunque sin dejar de lado que es un programa hecho por y para mujeres. Por otro lado, se buscaron los colores más adecuados que concordaran con el logotipo, sin perder de vista el toque vanguardista que se pretende que distinga al programa.

Para crear dicha atmósfera de fútbol se llegó a la conclusión de que la mejor alternativa, al alcance de la producción, era utilizar sillones tipo "*puff*"<sup>11</sup> en forma de balón de fútbol, pues este estilo de asientos, además de simbolizar el deporte en torno al cual girará el programa, refleja el espíritu juvenil del mismo. Los "*puff*" en cuestión, como es obvio, suelen estar realizados en vinil blanco y negro –u otro color oscuro-, simulando las secciones de un balón.

Debido a que los colores principales del signo identificador son el morado y el gris, la escenografía también se diseñó a partir de dichos tonos; pero agregando el rosa, que combina con éstos y refuerza el carácter femenino que se busca proyectar.

Después de analizar y hacer diferentes pruebas de lo que sería la escenografía, se decidió, en primer lugar, contar con una que no fuera común. La idea era buscar la manera de resaltar el signo identificador del programa sin "robar" vista a las conductoras, lo cual no fue muy fácil de resolver porque, al usar

---

<sup>11</sup> Los "*puffs*" son asientos suaves y livianos que aparecieron hacia 1968, representando un concepto totalmente diferente y dinámico del mobiliario, pues la novedad radicaba en que se adaptan a todos los tipos de fisonomía y también a todos los movimientos del cuerpo gracias a un relleno de multitud de bolas de poliestireno altamente resistentes. Suelen tener alrededor de 70 cm de altura y la mayoría está realizado con materiales sintéticos –imitación piel-, lo que permite que sean fáciles de limpiar.

sillones tipo "puff", las chicas quedarían sentadas casi a nivel de piso, razón por la cual no se podrían utilizar elementos escenográficos muy altos. El bosquejo de la escenografía quedó de la siguiente manera:



En cuanto a iluminación se refiere, se utilizarán las 3 cazuelas<sup>12</sup> con las que cuenta el estudio para formar el triángulo de iluminación y así evitar cualquier tipo de sombra sobre las conductoras. Asimismo se hará un juego de iluminación de fondo para crear un ambiente más cálido y atractivo para el público.

Dado que no se utilizarán demasiados elementos para construir la escenografía del programa, la iluminación será muy importante; en específico, el uso del fresnel<sup>13</sup> ayudará a resaltar el mobiliario que se está usando. Además representará un factor primordial dentro de la producción, pues se prevé que el

---

<sup>12</sup> Las lámparas "scoop" o cazuelas producen una iluminación mas suave que los fresneles. Como no tienen un lente, no proyectan la luz a una distancia significativa. Se usan generalmente como luces de relleno.

<sup>13</sup> Por varias décadas el fresnel ha sido la fuente más usada de luz en los estudios de cine y televisión. El lente Fresnel que está en el extremo frontal de estas luces (nombrado así en honor a su inventor) consiste de círculos concéntricos que concentran y difuminan la luz simultáneamente. La coherencia o calidad de la luz que emiten es una mezcla ideal de luz suave y dura.

En estudio estas lámparas están usualmente suspendidas de una parrilla tubular de iluminación en el techo, aunque son muy pesadas y grandes, por lo que se requiere tomar ciertas medidas de seguridad en su uso para evitar accidentes.

La distancia entre el bombillo y el lente Fresnel puede ser variada en este tipo de luces para concentrar o dispersar los rayos de luz; esto permite ajustar rápidamente tanto el área de cobertura como la intensidad de la luz.

programa inicie precisamente con un juego de iluminación; por lo mismo serán utilizadas tanto cazuelas como fresnel y "*spotlights*"<sup>14</sup>.

Un último toque se le dará a la escenografía utilizando una lámpara de luz fría que estará colocada detrás de la mampara blanca, misma que, por el material con el que está realizada, permite pasar la luz y lograr el efecto de contraluz, dando así realce a los cubos.

### 3.1.4 El "*casting*"

Este paso es uno de los más importantes, sobre todo cuando se trata de lanzar al aire un nuevo programa, pues el éxito y la eficiencia de éste dependerán, en gran medida, de una correcta elección de talentos. Para fines de la producción de *Mujeres al balón* se necesitaba conseguir tres conductoras que, además de reflejar seguridad ante las cámaras y tener facilidad de palabra, poseyeran conocimientos sobre fútbol y, por supuesto, gustaran de dicho deporte.

---

<sup>14</sup> Normalmente la iluminación "*spotlight*" es utilizada para dar al objeto la impresión de estereoscópico; regulando el ángulo de la luz proyectada, se usa como "*key light*" (se debe colocar a unos 30° a la derecha o a la izquierda del personaje y a otros 30° hacia arriba, pues ubicarla de frente aplanaría el rostro de la persona y no crearía el efecto estereoscópico de volumen deseado) y "*back light*" (sirve para acentuar el contorno de los objetos o de las personas que se están iluminando, alejándolos de los fondos y dando efecto de profundidad. Se ubica generalmente en la dirección contraria al "*key light*", es decir, a unos 145° en relación con el frente de la persona y a unos 45° hacia arriba en relación con su ubicación).

Con esto en mente, se lanzó la siguiente convocatoria:



**CASTING**

**¿TE GUSTA EL FUTBOL?**  
**¿TE GUSTARIA PARTICIPAR EN UN PROGRAMA DEPORTIVO?**

**Asiste al casting para ser la conductora de un programa de televisión**

**Requisitos:**

- Sexo femenino**
- Edad: 18 - 25 años**
- Tener conocimientos sobre futbol**
- Facilidad de palabra**
- Buena presentación**

**Interesadas presentarse el martes 8 de Septiembre en el estudio de televisión de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad VillaRica.**

**Horario: 12 :00 -14:00 hrs y 19:00 - 20:00 hrs**

El día señalado se presentaron 15 candidatas. El "casting" consistió, en primera instancia, en una entrevista con la producción para conocer los datos personales de las aspirantes e intereses y gustos, así como su disponibilidad de horario para la grabación del programa. El segundo paso fue la prueba frente a cámaras, que se basó en una presentación improvisada del programa, la lectura de una nota y un comentario sobre ésta, con la finalidad de probar las habilidades verbales y el lenguaje corporal de cada una de las chicas. Es importante mencionar que todo esto fue grabado para su posterior análisis.

Después de estudiar detalladamente el comportamiento ante la cámara, las aptitudes y las actitudes de las candidatas, se eligieron 5 para que realizaran la siguiente fase del "casting". Esta segunda etapa de selección fue planeada para verificar la química entre las conductoras al momento de interactuar y para poder evaluar la terna que se vería mejor a cuadro.

Finalmente se eligió como conductoras para *Mujeres al balón*, por su disposición, su conocimiento sobre el tema, su facilidad de palabra y la armonía que surgió entre ellas de manera natural, a tres alumnas de la Universidad Villa Rica: Marisol Hoyos, Elizabeth Balderas y Rosa Domínguez.

Una vez realizada la selección de las conductoras, se fijaron las fechas de ensayo, para los cuales se realizaron guiones previos relacionados con el formato del programa; de esta manera las conductoras se irían familiarizando con los temas, pero sin aprenderse líneas específicas, pues el programa se centrará en el debate entre los puntos de vista de las chicas.

Otro punto importante que debía ser tomado en cuenta para la producción del programa era el vestuario. Debido al sector de mercado al que va dirigido este programa, y considerando que se trata de una emisión deportiva, se decidió que las conductoras vistieran con ropa casual: pantalón de mezclilla, blusa sencilla sin mangas y sandalias, esto con la finalidad de hacer que ellas se sientan cómodas con su atuendo y no tengan dificultades para ubicarse en los "puffs" donde van a sentarse durante el programa.

En cuanto al maquillaje para cada una de las chicas, se pensó tomar en cuenta su color de piel en función de la iluminación para no opacar ni aclarar de más su tono real; además se eligió un maquillaje muy natural, siguiendo la línea informal, deportiva y juvenil del programa.

### **3.1.5 Personal que interviene en la producción televisiva**

#### **a) Dirección**

Dado el tipo de programa que se planeó realizar, la labor del director, previa a la producción del material audiovisual, consistiría básicamente, en primer lugar, en capacitar a las conductoras para lograr el mejor desempeño frente a cámaras. La función de dirección fue responsabilidad de la propia productora general de *Mujeres al balón*, Alhelí Bielma Dolores.

En segundo término, su responsabilidad fue la dirección de cámaras; es decir, como ya se ha mencionado, sería quien decidiría, al momento de la producción, los encuadres que se considerarían los definitivos para salir al aire.

#### **b) Personal de producción**

Después de haber analizado los requerimientos para la producción del programa, se decidió contar con el siguiente personal:

- *Productor general*: Alhelí Bielma
- *Asistente de producción*: Ana Laura Toledo
- *Conductoras*: Elizabeth Balderas, Marisol Hoyos, Rosy Domínguez
- *“Floor manager”*: Ana Laura Toledo
- *Personal de piso (escenografía y montaje)*: María Laura Escartín, Javier Mora

En cuanto al equipo técnico elegido para día de producción, estuvo integrado por:

- *Director técnico*: Guillermina Zendejas

- *Operadores de cámara:* Javier Mora, María Laura Escartín, Cindy Ramírez.
- *Iluminación:* Javier Mora
- *Operador de Iluminación:* María José Mortera
- *Técnico de Audio:* José Manuel Muñiz
- *Editor:* Alhelí Bielma

Cabe aclarar que todos los que participaron en la realización del programa son alumnos de la facultad de comunicación de la Universidad Villa Rica, excepto las conductoras, quienes, de manera desinteresada, decidieron ayudar a la directora y productora para llevar a cabo la grabación del piloto de *Mujeres al balón*.

### **c) Equipo técnico de producción**

A pesar de que no se trató de una realización televisiva de gran magnitud, *Mujeres al balón*, como cualquier otro programa, requirió del siguiente equipo técnico para poder producirse de manera óptima:

- Tres cámaras profesionales de video.
- Monitores de video, que en este caso serán seis, pues se utilizarán 3 cámaras.
- Monitores de audio.
- Sistema de intercomunicación para los 3 camarógrafos y la "*floor manager*". También se usará el sistema de intercomunicación P.A. para que la productora pueda comunicarse con las conductoras.
- Dos cronómetros: el que utilizará la "*floor manager*" y el de la productora.
- "*Switcher*".

- Consola de audio.
- Consola de iluminación.
- Cables de video.
- Cables de audio.
- Tres micrófonos de solapa, de estudio.
- Monitor, el cual estará dentro del piso de grabación para que las conductoras vayan monitoreando sus intervenciones.

Como ya se dijo, todo el equipo descrito se encuentra dentro de las instalaciones del taller de televisión de la Universidad Villa Rica, que es donde se realizó la grabación del programa.

### **3.1.6. Permisos**

Debido a que se trató de una producción piloto grabada en el estudio de televisión de la Universidad Villa Rica, los permisos para realizar los ensayos y para la utilización del equipo, el montaje de la escenografía y la grabación del programa debieron solicitarse con la debida anticipación al encargado del mismo, el Lic. Fernando Ordoñez Guerrero. Él indicó en qué fechas y con qué horario era posible utilizar tanto el set como el equipo de producción, considerando que era preciso hacerlo sin interferir con las actividades tanto académicas como de otra índole que diariamente se llevan a cabo en las instalaciones del estudio.

La musicalización de esta producción estuvo a cargo del estudiante de la facultad de Comunicación José Manuel Muñiz Juárez, quien se encargo de realizar canciones inéditas exclusivas para este programa, no hubo mayor problema con los permisos y los derechos de autor estuvieron a su nombre.

### 3.2. PRODUCCIÓN

Para el contenido de “Mujeres al balón” como fue previsto en la etapa anterior, se necesitó de imágenes que fueran ilustrando lo narrado por las conductoras, dichas imágenes fueron seleccionadas y editadas antes de la grabación final estando listas para los ensayos generales realizados en el estudio con todo el equipo montado, de esta manera tanto el *staff* de producción como las conductoras podían familiarizarse más con sus cargos dentro del programa.

Producir estas capsulas que vestirían la información resultó de gran ayuda, además de ahorrar el tiempo de edición permitió que las conductoras ensayaran en tiempo real con las imágenes midiendo su tiempo al hablar pues es importante recalcar que estas jóvenes no son profesionales en el ramo.

De igual forma se realizó la edición del resumen del partido de México contra El Salvador, para el cual fue preciso grabar el audio que narra dicha síntesis y elegir los mejores momentos del encuentro.

Una vez realizadas estas pequeñas producciones así como los ensayos pertinentes con todo el equipo de producción se estaba listo para grabar el programa.

El día de la grabación se citó a todos los miembros del equipo a las 16:00 horas para contar así con el tiempo necesario para preparar a las conductoras en cuanto al maquillaje, checar la iluminación y realizar las pruebas de audio y video, con el fin de tener todo listo para comenzar a rodar el programa una hora mas tarde.

Antes de comenzar a grabar fueron pulidos los últimos detalles, se realizaron las pruebas de audio, de iluminación e imagen de igual forma se verificó

que cada una de las herramientas técnicas a utilizar estuvieran funcionando perfectamente.

Gracias al equipo con que cuenta la Universidad Villa Rica, fue posible realizar la grabación en multicámara, es decir, utilizando 3 cámaras en el estudio, las cuales estaban previamente conectadas a la cabina de producción, desde la cual se iban monitoreando los encuadres que saldrían en el producto final. Estas tomas se iban registrando en un casete mini DV, pues se decidió que sería más fácil, al final de la grabación y para dar paso a la edición, descargar el video desde una grabación en casetera porque se cuenta con el cable de descarga, mientras que un DVD muy probablemente habría de ser convertido para su edición.

En la cabina de producción se tomaron toda clase de decisiones en torno al programa; como en otras realizaciones, sólo desde esta cabina se podían dar instrucciones. Es aquí donde la productora tuvo que vigilar que cada uno de los puntos planeados se cumpliera al pie de la letra.

Por medio de la comunicación interna se iban dando las indicaciones a el *floor manager* así como a los camarógrafos, al tiempo que el director de cámaras seleccionaba las imágenes que estarían en la proyección final cuidando detalladamente la composición de imagen y los encuadres.

Una herramienta indispensable en la grabación fue el cronómetro con el que se fueron midiendo los tiempos de cada elemento del programa, de esta forma al momento de editar, no se tendría problema alguno para ajustar el programa a 30 minutos.

De igual manera, en la cabina de producción, donde se encuentran las consolas de audio y video, se fue monitoreando que las voces de las conductoras se estuvieran registrando de modo adecuado, además se cuidó que los niveles de

los micrófonos no se saturaran pues es preciso recordar que en el programa se contaba con situaciones de debate, las cuales podían hacer que las chicas se exaltaran, elevando el volumen al momento de hablar.

Debido a que el piloto de *Mujeres al balón* no era una producción en vivo, la grabación tuvo pausas, sobre todo para ayudar a las conductoras, haciendo que no se sintieran tan presionadas; cabe recordar que no son expertas en el área de la conducción –era la primera vez que lo hacían- y en ocasiones su nerviosismo se veía reflejado a cuadro. También en estos tiempos de descanso ellas podían revisar el guión en caso de existir alguna duda sobre las intervenciones.

Para el equipo de producción, estas pausas -además de servir como descanso- funcionaron para afinar detalles técnicos de la producción.

Una vez que se reanudaba la grabación, nadie podía hablar, a excepción de la productora y el "*floor manager*", quien se encargaba en todo momento de mantener la comunicación entre las conductoras y la cabina de producción; de esta manera se evitaron confusiones.

En realidad, la primera toma del programa tuvo que grabarse más de 5 veces. Por una parte, la inexperiencia de las conductoras hizo que cometieran errores notorios y hasta llegaron a desviar el sentido del guión; por otro lado, fue la toma más difícil porque incluía a todo el personal de producción y todos tenían que estar en sincronía.

Para la entrada del programa, la productora dio la señal desde la cabina a la "*floor manager*", a su vez, en el estudio, dio el conteo para el personal de piso. Los camarógrafos tenían que estar atentos a cualquier instrucción desde cabina porque, a la señal, la cámara dos debía comenzar su desplazamiento mientras el estudio se encontraba a oscuras, resaltando únicamente el logotipo del programa;

por ello el técnico de iluminación tenía que estar pendiente de la señal para hacer los cambios pertinentes. Una vez iluminado el estudio, la "*floor manager*" dio el conteo a las conductoras para dar la bienvenida del programa, comenzando así la grabación de *Mujeres al balón* con una toma complicada que, como se mencionó, tuvo que ser repetida; pero que no fue imposible de realizar gracias al entusiasmo de las conductoras y al profesionalismo del *staff*.

No fue fácil conseguir grabaciones perfectas; sin embargo, después de una hora de grabación, las conductoras fueron obteniendo más confianza, perdiendo el miedo a las cámaras y hablando con mayor fluidez asimismo el personal de producción pudo sincronizarse mejor, logrando tomas ideales para el programa.

En definitiva, la principal ventaja de que no fuera un programa en vivo fue el hecho de poder ir haciendo pausas al grabar y poder repetir una toma cuantas veces fuera necesario para perfeccionar la producción. Es importante reconocer que no es lo mismo ensayar que enfrentarse al momento real de la grabación, donde cualquier imperfecto puede ser notado a cuadro. Muchas veces el ojo humano no puede captar algunos detalles; pero la cámara sí lo hace y ello obliga a realizar la toma una vez más.

Las señales que previamente fueron acordadas por todo el personal de *Mujeres al balón* facilitaron la grabación, más que nada al momento de dar indicaciones acerca de los tiempos justos, lo cual, al pasar a la siguiente etapa, ayudó para obtener un mejor resultado.

Después de un arduo día de trabajo todos los esfuerzos realizados estaban encapsulados listos para ser editados y obtener el resultado final.

### 3.3. POSPRODUCCIÓN

La última fase de la producción televisiva comenzó desde el momento de terminar la grabación del piloto de *Mujeres al balón* en el estudio. Lo primero fue capturar todas las intervenciones que fueron registraron en el casete.

Una vez convertidas en archivos en una computadora se tuvo que revisar el guión antes de dar paso a la selección de las imágenes que finalmente constituirían el programa.

Hay que recordar que parte de la posproducción se había realizado previamente al editar las cápsulas que serían necesarias para la grabación del programa. Es en este punto cuando se hace notorio que cada producto audiovisual debe pasar por estas tres etapas porque, aunque no se había comenzado la última fase de *Mujeres al balón*, fue necesario posproducir los videos que forman parte del programa.

#### 3.3.1 La edición

Sin el guión en mano no habría sido posible comenzar al edición del programa, pues fue éste, como su nombre lo indica, la guía y el indicador de tiempos para recortar tomas.

El programa que se utilizó para la edición fue *Final Cut Pro*; éste es un "software" para edición profesional de video diseñado por Apple Inc. Y únicamente disponible para la plataforma Mac OS X. Es compatible con casi cualquier formato de video, lo cual permite descargar y capturar casi todo tipo de imágenes; y cuenta con una línea del tiempo a donde se arrastran los videoclips para ser ensamblados y editados (en red; disponible en [http://en.wikipedia.org/wiki/Final\\_Cut\\_Pro](http://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro))

La edición representó quizás el momento más laborioso de toda la producción porque, aunque el guión era de gran ayuda, un producto audiovisual de buena calidad representa horas de trabajo.

Se comenzó a armar el programa siguiendo la orden de edición. Lo primero fue seleccionar la mejor toma de la primera intervención de las conductoras, pues se tenían varias opciones para elegir; así, trabajando sucesivamente con una edición lineal de corte directo, se fue conformando el programa piloto de *Mujeres al balón*.

Debido a que previamente se habían realizado las ediciones necesarias de cada uno de los elementos que conformarían el programa (imágenes de apoyo, cortinillas) resultó más rápido obtener el programa final.

### **3.3.2 Efectos especiales**

Dentro de la edición de las intervenciones de las conductoras no fueron utilizados efectos, pues todo se hizo en corte directo; sin embargo, sí fueron utilizados efectos para las cortinillas tanto de entrada como de salida del programa.

El efecto más utilizado fue el de transición, principalmente cuando alguna de las conductoras mandaba a alguna cápsula o video, e inclusive en el momento del corte comercial.

Por otro lado, fue necesario utilizar efectos para realizar la animación de la cortinilla de entrada; darle ilusión de movimiento y de profundidad al imagotipo se logró gracias al programa Livetype, que es un "software" de edición y animación para la plataforma MAC OS X.

## **CONCLUSIONES**

La producción audiovisual -proceso comúnmente dividido en tres etapas: preproducción, producción y post-producción-, en cualquiera de sus géneros representa un trabajo de gran esfuerzo, pues se debe cuidar cada paso con detalle para que el resultado sea el esperado. Por más breve que sea un programa televisivo, gran parte de su éxito radica en combinar de manera atinada cierta dosis de creatividad y disciplina para la organización del trabajo.

El concepto de producción en televisión comprende principalmente la puesta en práctica de varios verbos de acción, como crear, expresar o realizar. Producir implica siempre un proceso; es un largo recorrido que va desde la concepción de la idea hasta la realización de un programa. La producción en televisión requiere de la conjugación de una serie de elementos, así como de su disposición y manejo, para alcanzar una meta o logro, que en específico es la grabación o transmisión de un programa. En otras palabras, es el proceso durante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video (sonido e imágenes en movimiento).

Cualquier programa de televisión que el público puede ver en sus hogares es el resultado final de una larga cadena que, originada a partir de una simple o complicada idea, representa el esfuerzo conjunto de un gran número de recursos humanos y técnicos, los cuales, trabajando en equipo, hacen posible que el mensaje se presente y se comunique de acuerdo con las características de la televisión. El trabajo de producción es eminentemente una labor de conjunto en la que sólo la unión de diferentes habilidades permite alcanzar los resultados deseados.

Lo anterior significa que es completamente falso afirmar que un programa es la culminación del talento y el trabajo de una sola persona. En el proceso de la producción todos y cada uno de los elementos que intervienen en las diferentes etapas es importante y básico

Desde el momento en que un productor decide comenzar con la creación de un programa se está metiendo en serios problemas porque lo que para los espectadores parece algo tan simple como encender la televisión y disfrutar de la programación, para quienes están detrás de las cámaras constituye un gran trabajo que requiere conocimiento y experiencia para poder resolver cada problema que se va presentando a lo largo de la creación y durante la proyección del programa.

Es por esto que el productor debe ser una persona capacitada y contar con las herramientas necesarias para solucionar cualquiera de los contratiempos que se presenten, los cuales usualmente empiezan desde la etapa de la preproducción: ¿Qué se va a producir? ¿Cuál es la mejor manera de presentar el programa? ¿Qué nombre será el más adecuado?). Suele decirse que ésta es la fase primordial de la producción, si bien su relevancia es usualmente admitida después de que las cosas han salido mal en las etapas subsecuentes; entonces

tanto el director como el productor y todo el equipo de trabajo se preguntan por qué no dieron a este momento su auténtica importancia.

En la preproducción, como ya se explicó en el capítulo correspondiente, las ideas básicas y las propuestas de producción son desarrolladas y puestas en práctica. Es durante esta fase que la producción puede ser encaminada por el rumbo correcto o desviada hasta tal extremo que no habrá tiempo, talento o habilidad de edición que más adelante pueda salvarla. Cuando esto ocurre, las pérdidas de tiempo y de recursos pueden llegar a ser muy altas.

La producción de televisión tiene un objetivo central: alcanzar al público meta. Para que un programa sea exitoso, las necesidades, los intereses y los hábitos generales del auditorio destino (esto es, el público que la producción pretende alcanzar) deben ser estudiados y tomados en cuenta durante cada fase de la producción. Mientras mejor se lleve a cabo esta labor, mayor será el éxito del programa. Para que un programa tenga un efecto valioso y duradero, la producción debe, de alguna forma, "tocar" al público emocionalmente y crear una identificación.

Ésta parece ser la clave del éxito, junto con la generación de ideas que valgan la pena y que respondan a la demanda existente. Es por ello que, teniendo en mente la cada vez mayor cantidad de chicas a las cuales les gusta el fútbol, y que quizá no se sienten identificadas con las actuales alternativas de periodismo deportivo que se transmiten por televisión (puesto que están conducidos por varones y dirigidos a éstos), se planteó la posibilidad de realizar un programa deportivo sobre fútbol, pero a cargo de tres chicas con amplios conocimientos acerca del tema.

Para poder realizar *Mujeres al balón* se partió de un modelo tradicional de producción televisiva, esto es, de la idea básica se caminó hacia el proceso de

producción propiamente, considerando aspectos como: ¿qué se necesitaría?: presentadoras, utilería, escenografía. Por eso elegir a las conductoras fue uno de los puntos más complejos de esta primera parte de la producción, sobre todo si se considera que casi todas las jóvenes que audicionaron carecían de experiencia ante las cámaras y a muchas les resultaba difícil conducirse frente a éstas; además se buscaba que las chicas que fuera seleccionadas, aparte de demostrar amplio dominio del tema futbolístico, tuvieran una presencia atractiva y carismática –aunque no necesariamente la imagen estereotipada de la mujer como objeto sexual que suele aparecer en los programas del género- para motivar el interés del auditorio.

Durante la preproducción no solamente se decide quiénes serán los talentos principales y el personal de producción; también es el momento en que todos los elementos principales son planificados. En muchos casos, el montaje escenográfico puede representar un gran reto; corresponde al acomodo estratégico de todos los elementos que aparecerán a cuadro, así como al uso de los recursos que lo permitirán (cámaras, micrófonos, iluminación y técnicos).

Durante el proceso de aprendizaje que constituyó la producción de *Mujeres al Balón* se tuvieron que ir solucionando lo más rápido posible los contratiempos que se fueron presentando, comenzando con la resolución del montaje escenográfico. Aunque muchas veces se puede pensar que la escenografía no representará un dolor de cabeza, indiscutiblemente, con la experiencia vivida a lo largo de este proyecto se afirma lo contrario, pues para lograr el resultado final se tuvo que acomodar la escenografía debido primordialmente a la iluminación, pues aunque se había previsto cada uno de los detalles al momento de la planeación ya en la práctica hubo que hacer ajustes de acuerdo a la altura y movimientos de las conductoras, la solución más factible hacer un reacomodo de cazuelas para corregir las sombras que recaían sobre las conductoras; asimismo se decidió utilizar una luz fría de fondo para resaltar el matiz de la tercera conductora.

A lo largo de todo este proceso se fueron presentando un sinnúmero de dificultades como éstas que tuvieron que ir siendo resueltas de la mejor manera posible, principalmente porque el tiempo y el bajo presupuesto representaban dos factores importantes. A ello hay que sumar fue presión a la que estaban sometidas las conductoras, quienes accedieron a conducir el programa para apoyar a la tesista -que fungía, a la vez, como directora y productora- y que, por lo general, demostraban entusiasmo por la labor que desempeñaba, pero que, en realidad, no tenían ningún interés especial en la realización del programa como para posponer sus otras actividades para dedicarse a éste proyecto exclusivamente.

La fase de producción es donde todos los elementos se vinculan en una suerte de realización final. El producto resultante puede transmitirse en directo o grabarse para su posterior proyección. Grabar un programa o segmento tiene la enorme ventaja de permitir reparar errores, ya sea deteniendo la cinta, regrabando el segmento o haciendo modificaciones durante la edición. Considerando el tipo de programa que se iba a realizar, junto con las condiciones del mismo, lo más adecuado era grabarlo, aún así, esto resultó bastante problemático.

Por ejemplo, la fecha de grabación tuvo que ser cambiada más de 5 veces y los nervios, la falta de compromiso por parte de las chicas (que no estaban disponibles para grabar en cualquier momento), las diversas actividades escolares tanto de las conductoras como del "staff" y la falta de experiencia de las primeras fueron factores determinantes para que se fuera posponiendo la fecha de grabación. Es por esto que un productor, cuando va a seleccionar las personas que estarán a cuadro, debe en primer lugar analizar su disponibilidad, compromiso y talento para evitar problemas con su equipo de producción, pues resulta una acción en cadena: una vez que una persona de la producción cancela, no es

posible trabajar de la misma manera, sobre todo cuando se trata de alguien que estará a cuadro.

Por último se llegó a la etapa de postproducción, en la cual tienen que llevarse a cabo todas las labores posteriores a la producción, como dismantelar el set y las luces, recoger el equipo, editar el programa, etc. En este sentido, cabe comentar que, a pesar de que la postproducción incluye una larga lista de labores finales, la mayoría de las personas asocian el concepto sólo con el de edición.

A medida que los editores controlados por computadora y los efectos especiales de postproducción se han hecho más sofisticados, la edición se ha transformado en algo más que tan solo ensamblar segmentos en un orden determinado; ahora es un asunto de creatividad. En este caso, ello se aplicó, como se dijo en su oportunidad, a la elaboración de las cortinillas de entrada y salida, así como a la aplicación de algunos efectos especiales.

No se hizo un uso excesivo de tales recursos porque no eran necesarios para el objetivo fundamental: la comunicación efectiva de ideas y de información. Siempre se tuvo en mente que son solamente las ideas y los sentimientos que se logren comunicar los que tienen alguna oportunidad de perdurar, de ir más allá de las tonterías y los equívocos que muchas veces se ofrecen al público a través de la televisión. Desde este punto de vista, y aunque haya sido de una manera muy sencilla, con *Mujeres al balón* se buscó ofrecer una representación de la mujer en el medio televisivo que pueda contribuir a cambiar, para bien, la realidad laboral del género femenino en el entorno mediático.

Sin duda alguna, la producción televisiva es un proyecto de gran magnitud, no es trabajo fácil y es importante resaltar que representa una labor necesariamente de equipo. Es verdad que se necesita quien lo guíe, quien siente las bases, la idea original; pero también es cierto que un programa no podría ser

terminado con calidad sin contar con un buen equipo (técnicos, creativos, camarógrafos, editores, etc.) que lo respalde.

En este sentido, después de haber realizado el proyecto se ha comprobado que la función del productor es de suma responsabilidad. Para empezar, es éste quien determina qué va a mostrar a cuadro y cuál será el mensaje que dará al público; es por ello que todo comunicador, antes de comenzar su producción, debe ser consciente de que está transmitiendo un mensaje –obvio o subliminal- al auditorio en general, y más aún cuando se pretende incursionar en la televisión abierta. Por otro lado, es el productor quien debe tener el carácter para delegar labores, tomar decisiones importantes y asumir responsabilidades en caso de cometer algún error, mismo que, en muchas ocasiones, puede tener consecuencias graves que van desde la pérdida de grandes cantidades de dinero hasta generar un despido, dependiendo la situación. De igual forma, el productor debe estar consciente de que es el encargado general de toda la producción y que de su trabajo dependerá, en gran medida, el éxito del producto final.

Haber realizado el programa involucrando a los estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la producción, la construcción de imágenes, el sonido, la edición y la postproducción, por mencionar sólo algunas de las labores realizadas, fue un ejercicio sumamente enriquecedor para todos los que intervinieron en él.

Por otro lado, además de las cuestiones técnicas, *Mujeres al balón* fue una experiencia muy interesante porque, en cierto modo, propone una transformación con el modo convencional de entender el fútbol, concebido comúnmente como una especie de universo construido, practicado, narrado y disfrutado históricamente por los hombres.

Es decir, como se mencionó en el capítulo 1, si bien existían puntos en común entre diferentes juegos de pelota que se desarrollaron desde el siglo III a. C. y el fútbol actual, el deporte tal como se lo conoce hoy tiene sus orígenes en Inglaterra. Su institucionalización se produjo durante el siglo XIX, primero a partir de las escuelas inglesas y luego como forma de recreación, como mecanismo de control del tiempo libre de los obreros en las fábricas, lo que permitió su expansión y, finalmente, su profesionalización. Sin embargo, en este proceso de conversión de juego a deporte, las mujeres quedaron definitivamente afuera.

Como dice Eduardo Archetti (citado en Conde, 2008:127), el fútbol *"no sólo forma parte de las dimensiones más generales de una sociedad y su cultura sino que, paralelamente, se relaciona con la construcción de un orden y un mundo masculino, de una arena, en principio, reservada a los hombres. En América Latina el fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y su moral"*.

De esta manera, si se consideran las cuestiones básicas relacionadas con el fútbol –por ejemplo, saber de fútbol, vestirse para alentar al equipo, apasionarse por la camiseta, tener "aguante" en las derrotas, etc.–, podría decirse que las mujeres se colocan en distintas posiciones en cuanto a su valoración y vinculación con el deporte: las que se autoexcluyen y se niegan a acercarse al fútbol por considerarlo propio para los varones; las que conocen perfectamente las reglas del juego y frecuentan las canchas; las que sólo aceptan seguir el juego, usando la playera oficial y apoyando a su equipo en algunos partidos, o que apenas rozan el fútbol durante los mundiales, contagiadas por la multiplicación de noticias; y las que, precisamente por negarse o resistirse a entrar en contacto con el universo futbolístico, son totalmente excluidas de ese ámbito deportivo por los hombres. Al parecer, saber sobre fútbol les está negado, en general, a las mujeres; y si esto ocurre en las conversaciones de la vida cotidiana, donde sus opiniones no son

tomadas en cuenta, más aun sucede en las versiones formalizadas o profesionales, como es el caso del periodismo deportivo en los medios.

Se considera que el fútbol es un tema por entender para las mujeres, quienes ignoran cómo se juega y cuáles son sus reglas; y, sobre todo, cómo es vivido realmente por los fanáticos de verdad. *"Las mujeres no entienden nada de fútbol"* y *"El fútbol es de los hombres, no de las mujeres"* son algunos de los argumentos que se esgrimen para justificar la discriminación que el género femenino ha tenido en campos como el periodismo deportivo. La realidad es que las mujeres pueden interesarse en el futbol, conocer sobre este deporte, ser fanáticas de algún equipo e inclusive desenvolverse como jugadoras (ya sea profesionales o no), árbitros y hasta directoras técnicas.

Tal vez sea cierto que una mujer nunca va a ver al futbol como lo ve un hombre, por más que se esfuerce, pues pesan sobre ella condicionamientos de género, culturales y sociales que le hacen acercarse a los deportes en general desde una perspectiva distinta; pero esto no significa que no sea capaz de acudir a los estadios y disfrutar de un partido, o de hacer comentarios tan atinados como los del varón acerca del encuentro y del desempeño de los jugadores. Inclusive es posible que las mujeres gocen de una agudeza especial para advertir en la cancha lo que el hombre, quizá por pura costumbre, muchas veces pasa por alto.

Es fácil notar que la presencia femenina en el terreno futbolístico dejó de ser la rareza que representaba décadas atrás. Por supuesto que sigue siendo un ámbito esencialmente masculino; pero la participación del llamado *"sexo débil"* es hoy una cosa bastante diferente de lo que fue, no sólo por el número de seguidoras que tiene el deporte, sino también en el protagonismo activo que ellas asumen y el apasionamiento que vuelcan. Es como si, en los últimos años, las mujeres se hubieran permitido nuevas oportunidades de expresión en numerosos

sectores, entre ellos el fútbol, reflejando una tendencia que se da, prácticamente, en todo el mundo.

Por todo ello es que se pensó dar a las mujeres la oportunidad de desenvolverse como conductoras de un programa deportivo dedicado al fútbol. Al parecer, está creciendo la cantidad de mujeres que se desempeñan como periodistas de fútbol; y *Mujeres al balón* es un programa pionero en el sentido de que pretende servir como punto de partida para que muchas otras, poco a poco, vayan ganando también la pantalla chica para hablar de este deporte con total profesionalismo, demostrando así que se puede saber acerca del fútbol, seguirlo o jugarlo sin dejar de lado la feminidad.

Es cierto que muchas mujeres, por su desesperación de aparecer en la televisión, son capaces de meterse en un terreno que no conocen ni les interesa descubrir, como es el ámbito futbolero; y terminan siendo sólo un objeto de ornato dentro de los programas deportivos, demeritando así la participación femenina en los mismos. Por otro lado, hay pocos programas donde las mujeres realmente opinen sobre fútbol –un ejemplo es la producción argentina *Fanáticas*-. Por eso es que *Mujeres al balón* pretende ofrecer un espacio donde ellas puedan demostrar su conocimiento en torno al fútbol con un estilo informal -porque se dirige a un público joven- y ameno, haciendo a un lado la imagen estereotipada, "sexy" y glamorosa, que suele asociarse a las mujeres que intervienen en ese tipo de emisiones. Más bien se trata de demostrar que el género no es un obstáculo para conocer y disfrutar del fútbol.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR MÉNDEZ, Sergio *et al* (2006): Problemas sociales, económicos y políticos de México, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- AHUMADA BARAJAS, Rafael (1997): *El papel del Estado mexicano como emisor televisivo*, Textos de Ciencias Políticas 7, México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón / Universidad Nacional Autónoma de México.
- ALCOBA LÓPEZ, Antonio (2005): *Periodismo deportivo*, Madrid, Síntesis.
- ALVARADO, Nicolás y Julio PATÁN (2007): "Leer por la vereda tropical", *Letras libres*. En red; disponible en <http://www.letraslibres.com/index.php?art=12284>.
- AMIGO LATORRE, Bernardo (2002): "Interpretación, cognición y teoría de géneros televisivos", *Revista del Centro de Estudios Mediales*, Santiago de Chile, Facultad de Comunicación e Información de la Universidad Diego Portales.
- ARDÁ, Toni y Claudio CASAL (2003): *Fútbol. Metodología de la enseñanza del fútbol*, Barcelona, Paidotribo.

- "Asistente de producción", *Funciones de la producción*. En red; disponible en [http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#AsistenteDeProducción](http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#AsistenteDeProducci%C3%B3n).
- "Big Count", *FIFA.com*. En red; disponible en <http://es.fifa.com/worldfootball/bigcount/index.html>.
- BLÁZQUEZ, Niceto (2000): *El desafío ético de la información*, Col. Horizonte 2000, vol. 20, Salamanca, Editorial San Esteban.
- CALDERÓN, Álvaro *et al* (2005): *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe / ONU.
- "Camarógrafo", *Funciones de la producción*. En red; disponible en [http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Camarógrafo](http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Camar%C3%B3grafo).
- CASO NIEBLA, Joaquín *et al* (2004): *Guía del orientador*, México, Secretaría de Servicios a la Comunidad y Dirección General de Orientación y Servicios Educativos de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2000): *Géneros informativos audiovisuales*, México, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa.
- CONDE, María Inés (2008): "El poder de la razón: las mujeres en el fútbol", *Nueva sociedad. Democracia y política en América Latina*, no. 218, "¿Cuestión de género?", Friedrich Ebert Stiftung. En red; disponible en [http://www.nuso.org/upload/articulos/3575\\_1.pdf](http://www.nuso.org/upload/articulos/3575_1.pdf).
- COVARRUBIAS, Ruth (2009): "El ejercicio profesional de la mujer dentro del periodismo deportivo, desde la visión de jefes, productores, periodistas, comentaristas y aficionados de Guadalajara, Jalisco", *Razón y Palabra*, no. 69, "Deporte, cultura y comunicación", Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. En red; disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20D>

%20LA%20MUJER%20DENTRO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO  
.pdf.

- "Del guión a la carpeta de producción", *La pre-producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/La+Pre-producción#Delguiónalacarpetadeproducción>
- "DeporTV", *Wikipedia*. En red; disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/DeporTV>.
- "Director de cámaras o realizador", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#DirectordeCámarasóRealizador>.
- D'VICTORICA, Raúl (2004): *Producción en televisión. Procesos y elementos que integran la producción en televisión*, México, Trillas.
- "Editor técnico", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#EditorTécnico>.
- "El genio de Vsevolod Pudovkin", *Tu Miami Blog*. En red; disponible en <http://www.tumiamiblog.com/2007/08/vsevolod-pudovkin.html>.
- ERREGURENA, María Josefa (1997): "El cine en la pantalla chica. El cine en video", *Razón y Palabra*, no. 8, año 2. En red; disponible en <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n8/josefa9.htm>.
- FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico y MARTÍNEZ, Abadía José (2003): *La Dirección de producción para cine y TV*, España, Paidós.
- FERRAND, Alain *et al* (2007): *La gestión del sponsoring deportivo*, Barcelona, Paidotribo.
- "Final Cut Pro", *Wikipedia.org*. En red; disponible en [http://en.wikipedia.org/wiki/Final\\_Cut\\_Pro](http://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro).
- "Floor manager", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#FloorManager>.

- GAMBOA CETINA, José (2001): "La mujer en los *talk shows*", *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 42, año 4, La Laguna (Tenerife), Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. En red; disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/41gamboa.htm>.
- GÁMEZ VÁZQUEZ, Alba Eritrea (2006): *Liberalización económica y política exterior en México, 1989-1994*, México, Universidad Autónoma de Baja California Sur / Plaza y Valdés.
- GIL SAN JULIÁN, Eduardo (2009): "X. Fútbol y periodismo", en MARÍN MONTÍN, Joaquín, coord.: *Imagen, comunicación y deportes. Una aproximación teórica*, Madrid, Visión Libros.
- GONZÁLEZ TREVIÑO, Jorge (2000): *Televisión y Comunicación un enfoque Teórico-Práctico*, México, Pearson.
- "Grupos de comunicación. Estructura empresarial y actividades: Televisa", *Infoamerica.org*. En red; disponible en <http://www.infoamerica.org/grupos/televisa02.htm>.
- GUADARRAMA RICO, Luis Alfonso (1999): "Géneros televisivos en México: Un paseo por la geografía de cuatro décadas", *Convergencia*, año 6, no. 19, Toluca, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México.
- GUTIERREZ GONZALEZ, Mónica (2000): *Manual de producción para TV*, México, Trillas.
- HERNÁNDEZ CARBALLIDO, Elvira (2008): "Medios de comunicación, sexualidad y juventud", en STERN, Claudio, coord.: *Adolescentes en México: Investigación, experiencias y estrategias para mejorar su salud sexual y reproductiva*, México, Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México / Population Council.
- "Historia de la radiodifusión mexicana", *Radio y televisión mexicana*, México, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. En red; disponible en <http://www.cirt.com.mx/cirt/radio.html>.

- "Historia de la televisión en México", *Tecnología educativa*. En red; disponible en <http://tecnologia-educativa888.blogspot.com/2010/01/historia-de-la-television-en-mexico.html>.
- "Historia del futbol", *El Fútbolín*. En red; disponible en <http://www.elfutbolin.com/historiadelfutbol/>.
- "La preproducción", *Producción de televisión*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/La+Pre-producci%C3%B3n>.
- LARA, Miguel Ángel (2007): "Periodismo deportivo: la fantasía de un oficio hecho profesión", *Comunicología. Indicios y conjeturas*, no. 6, México, Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. En red; disponible en [http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com\\_content&task=view](http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=73&id=158&option=com_content&task=view).
- "¿Les gusta a las mujeres el futbol?", *EcoDiario*. En red; disponible en <http://ecodiario.economista.es/futbol/noticias/999149/01/09/Les-gusta-a-las-mujeres-el-futbol.html>.
- LEWIN, Hugo y María Cecilia DINARDI (2007): "*Son amores: la recepción televisiva de los jóvenes*", en MARGULIS, Mario *et al: Familia, hábitat y sexualidad en Buenos Aires. Investigaciones desde la dimensión cultural*, Buenos Aires, Biblos.
- LINARES MARCO, Julio (2000): *El guión, elementos-formatos-esructuras*, México, Addison.
- LINAZA, Josetxu y Antonio MALDONADO (1997): *Los juegos y el deporte en el desarrollo psicológico del niño*, Barcelona, Anthropos Promat.
- MALLAS CASAS, Santiago (1985): *Vídeo y enseñanza*, Colecció Mitjans Audio-Visuals no. 1, Barcelona, Institut de Ciències de l'Educació / Edicions de la Universitat de Barcelona.

- "Maquillista", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Maquillista>.
- MÁRQUEZ QUINTANA, Luis (1996): "La caja de la soledad o... México a través de su tele", *Razón y Palabra*, no. 2, año 1, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. En red; disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n2/latele.html>.
- "Master control", *Wikipedia.org*. En red; disponible en [http://en.wikipedia.org/wiki/Master\\_control](http://en.wikipedia.org/wiki/Master_control).
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, Lourdes (2008): "Géneros de opinión en Internet", en GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio y Paloma RUPÉREZ RUBIO: *Aproximaciones al periodismo digital*, Col. Ciencias de la Comunicación, no. 13, Madrid, Dykinson.
- MAZZIOTTI, Nora (2001): "Narrativa: Los géneros en la televisión pública", en RINCÓN, Omar, comp.: *Televisión pública: Del consumidor al ciudadano*, Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung-Programa de Medios de Comunicación / Convenio Andrés Bello.
- MEJÍA BARQUERA, Fernando (2007): "Historia mínima de la televisión mexicana", *Escenarios y convergencias. Revista de comunicación y cultura*, año 1, edición no. 1, Puebla, Centro de Estudios de Comunicación y Cultura de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
- MOLINARI, Mariano: "La luz de fondo", *Fotomundo Digital*. En red; disponible en <http://www.fotomundo.com/nota.php?id=754>.
- NORIEGA, José María: "Cronología e Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)", *Talentos.net*. En red; disponible en [http://www.talentos.net/articulos/historia\\_de\\_la\\_television.htm](http://www.talentos.net/articulos/historia_de_la_television.htm).
- "9.9 Programas deportivos", *Media Televisión*. En red; disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag9.htm>.

- "9.1 El deporte en televisión", *Media Televisión*. En red; disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque9/pag1.htm>.
- NÚÑEZ PÉREZ, Juan (2001): "Deporte y medios de comunicación de masas", en LATIESA RODRÍGUEZ, Margarita *et al*: *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*, vol. II, sección 3ª, "Deporte y sociedad", Col. Investigación Social y Deporte, no. 5, Madrid, Librerías Deportivas Esteban Sanz.
- "Operador de audio", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#OperadorDeAudio>.
- "Operador del titular o generador de caracteres", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#OperadorDelTitularOGeneradorDeCaracteres>.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2006): "Televidencias y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia", en SUNKEL, Guillermo: *El consumo cultural en América Latina: Construcción teórica y líneas de investigación*, Bogotá, Convenio Andrés Bello.
  - (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Madrid, Proyecto Didáctico Quirón no. 45, México, Universidad Iberoamericana / Ediciones de la Torre.
- "Productor ejecutivo", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#ProductorEjecutivo>.
- "Quiénes somos. Historia", *Televisa.com*. En red; disponible en <http://www.televisa.com/quienes/>.
- QUIJADA SOTO, Miguel Ángel (2000): *La televisión, análisis y práctica de la producción de programas*, México, Trillas.
- REY MOLINO, Enrique: "La importancia de la iluminación en el cine", *Cine y video*. En red; disponible en <http://cinemaisvideo.blogspot.com/2009/02/blog-post.html>.

- RODRÍGUEZ LÓPEZ, Juan (2000): *Historia del deporte*, 2ª ed., Barcelona, INDE Publicaciones.
- SÁNCHEZ RUIZ, (2000): "La televisión y el sector audiovisual mexicano. Breve examen de flujos asimétricos", Dossier: *Medio siglo de televisión en México*, *Revista Universidad de Guadalajara*, Guadalajara. En red; disponible en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art5.html>.
- SANTOS CORRAL, María Josefa (2000): *Cien mil llamadas por el ojo de una aguja: Un análisis antropológico de la apertura de las telecomunicaciones en México*, Cuadernos de Investigación, vol. 27, México, Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México / Plaza y Valdés.
- SHAW, Patricia (2000): "*Rich Revel and Reckless Mirth*: Reflejos de la vida festiva en la literatura medieval inglesa", en GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-CORUGEDO, Santiago: *Obras reunidas de Patricia Shaw. I: Estudios medievales*, Oviedo, Universidad de Oviedo / Sociedad Española de Lengua y Literatura Inglesa Medieval.
- SUEN, Anastasia (2003): *La historia del fútbol*, Col. Historia de los Deportes, Nueva York, Rosen Publishing Group.
- "Switcher", *Funciones de la producción*. En red; disponible en <http://productiontv.pbworks.com/Funciones-de-la-producci%C3%B3n#Switcher>.
- TUCHO, Fernando (2008): "Géneros de simulación de realidad o el negocio del canibalismo televisivo", en APARICI, Roberto: *Manipulación y medios en la sociedad de la información*, Proyecto Didáctico Quirón, Pinto (España), Ediciones de la Torre.
- ZETTL, Herbert (2001): *Manual de producción de televisión*, 7ª ed., México, Thompson.

**ANEXO 1**  
**GUIÓN LITERARIO DEL PROGRAMA PILOTO *MUJERES AL BALÓN***

<b>VIDEO</b>	<b>AUDIO</b>
AC Conductora1	¡Hola! Muy buenas noches. Bienvenidas a este nuevo espacio dedicado a ustedes que les gusta el futbol. Esto es <i>Mujeres al balón</i> , donde les presentaremos lo más importante de la semana y analizaremos las jugadas más relevantes. Yo soy Conductora 1 y les presento a mi compañera, Conductora 2.
AC Conductora2	Hola, ¿qué tal? Buenas noches y bienvenidas a <i>Mujeres al balón</i>
AC Conductora1	Y por este lado tenemos a Conductora 3
AC Conductora 3	Hola. Muy buenas noches, auditorio. También les doy la bienvenida a este primer programa de <i>Mujeres al balón</i> .
AC Conductora1	Es importante mencionar que en este programa también explicaremos algunas jugadas, reglas, tablas de posiciones... Bueno, todo sobre futbol ...
AC Conductora2	Así que, si no entiendes nada de futbol, no te preocupes. Aquí en <i>Mujeres al balón</i> te explicaremos todo para que te conviertas en una experta... Como todos saben el pasado sábado se jugó el partido que significó el pase al Mundial Sudáfrica 2010 de la selección Mexicana. Vamos a ver el resumen.
RESUMEN DE PARTIDO	
AC Conductora1	México 4, El Salvador 1, un partido donde sin duda alguna México fue superior desde el principio; además fue un encuentro decisivo para que el Tri consiguiera su pase al mundial Sudáfrica 2010.
AC Conductora3	Además hay que recordar que, para conseguirlo, la selección pasó por 4 directores técnicos. Primero Hugo Sánchez, después Jesús Ramírez, más tarde Sven-Göran Eriksson y, por último, Javier Aguirre, quien trabajó con una combinación de jugadores muy similar a la que ocupó en 2001: Blanco, Palencia, Márquez...
AC Conductora2	Así es. Mucho se había dicho que tanto Blanco como Vela no estarían presentes en este partido por lesiones; sin embargo, sorprendieron con su gran participación, pues los dos anotaron goles decisivos del encuentro.
AC Conductora1	Otro que también fue sorpresa ante el público es Paco Palencia, quien, después de 2 años de no haber jugado con la selección, se presenta y, a tan sólo instantes de haber pisado la cancha, hace su anotación... Y precisamente hablando de los representantes del tricolor

	que dieron todo en el Azteca, vamos a analizar la alineación del partido.
Cortinilla Análisis de alineación	
Conductora 1	(Análisis y explicación de la alineación del equipo)
Cortinilla Alineación	
Conductora2	Si te quedaste con alguna duda o quieres ponerte en contacto con nosotras, comunícate vía Internet al correo <a href="mailto:mujeresalbalon@hotmail.com">mujeresalbalon@hotmail.com</a> ... La verdad es que, aunque la selección mexicana no dió todo en el partido, se consiguió la meta: asegurar el pase al Mundial.
Conductora3	Vimos a un Salvador bien parado que, a pesar de contar con pocas intervenciones en la portería mexicana, no se echó para atrás. Conforme fue avanzando el partido, México se topó con un equipo que, pese a sus limitaciones, hizo lo posible por plantarle cara.
AC Conductora1	(Comentario) Veamos a detalle los goles de este partido
AC Conductora1	Después de varios intentos, en una buena jugada colectiva, México descontó a su favor en lo que al principio parecía un tanto de Blanco; pero que después se confirmó como un autogol.
Imagen de jugada	Una jugada que comienza con un pase de Salcido, Cuauhtémoc, Guardado; llega el Guille... Parece falta... El balón sigue en juego; llega Cuauhtémoc muy movido como siempre... Parecía gol de Blanco; pero vemos que hay un ligero toque de Marvin González... ¡Es autogol!
AC Conductora2	Un autogol que venía a subir los ánimos mexicanos.
Imagen de jugada	La segunda anotación al minuto 70... Taquito de Cuau; Vela hace lo mismo; Guille, en el mano a mano, se la acomoda a Blanco, quien no desaprovecha la oportunidad y anota el segundo tanto.
AC Conductora1	Sin duda alguna se fraguó la mejor jugada del partido. A partir de este momento el equipo azul ya veía venir la derrota (comentario).
AC Conductora3	Concretándose más aún con la entrada de Palencia, que creo fue lo más acertado, pues las patadas ya calentaban el juego. "El Vasco" quiso proteger a Cuau y darle la oportunidad a Palencia, quien a minutos de haber ingresado al campo hace su anotación.
Imagen de jugada	Vela pasó al lado derecho al jugador de los Pumas, que entro al área y definió con un buen disparo de derecha lo que sería el 3-0 y el pase al Mundial.
Conductoras 123	(Comentario sobre Palencia).
AC Conductora1	Pero El Salvador no se quiso quedar en ceros
Imagen de	Ya que, a minutos de terminar el tiempo reglamentario, se

jugada	cobró un tiro libre: un cañonazo que dobló a Ochoa. Tenemos que reconocer que fue un gol muy bien colocado por este joven Martínez, de El Salvador.
AC Conductora2	Y, cuando ya todos pensábamos que así terminaría el marcador
Imagen jugada	Vimos cómo Vela, aprovechando el error de Marvin González, hace su anotación para romper con su no tan buena participación a lo largo del partido.
AC Conductora1	Aunque la participación de Vela no fue la más atinada, logró concretar con su gol, que significó para él romper con la racha de no anotar en el Azteca... Nos vamos a ir a un corte comercial. No te despegues; estás en <i>Mujeres al balón</i> . Regresamos.
Cortinilla corte comercial	
Corte comercial	
Cortinilla corte comercial	
AC Conductora1	Estamos de regreso en <i>Mujeres al balón</i> . Hemos estado haciendo el análisis de lo que fue el partido México contra El Salvador, penúltimo partido del hexagonal hacia el Mundial.
AC Conductora3	Sí, y donde México, sumando 18 puntos, se coloca en segundo lugar de la tabla general, pasando de manera directa al Mundial Sudáfrica 2010
AC Conductora2	Veamos cómo queda la tabla general en estos momentos
Imagen tabla	(Lee la tabla)
Imagen tabla	Explicación de la tabla: se juegan 10 partidos, todos contra todos; cada partido ganado representa 3 puntos y cada juego empatado representa un punto para cada uno de los equipos. Se van sumando los puntos para ver al final; los 3 primeros equipos de cada grupo son los que pasan de manera automática al Mundial. Ahora bien, si se llegase a dar un empate en puntos, se va a la diferencia de goleo (poner ejemplo) y así se haría el desempate. Si se llegara a dar el caso de que la diferencia de goleo es la misma, se checa quién ha anotado más goles (poner ejemplo)... Y aparte de estos 3 equipos que consiguen el pase directo al Mundial, está en juego un último lugar, el repechaje; éste se juega entre el cuarto lugar de la tabla de la CONCACAF y el quinto lugar de la tabla de la CONMEBOL.
AC Conductora1	Como vemos, en este caso, si llega a ganar Costa Rica, Honduras iría contra el quinto lugar de CONMEBOL, en este momento Uruguay, para disputar el último boleto. Pero si Honduras gana su partido, deberá esperar que Costa Rica no lo haga para calificar como tercero. Aquí la

	diferencia de goles se puede hacer presente, ya que, en caso de ganar Honduras y un empate de Costa Rica, los catrachos pasarían al Mundial de manera directa por la diferencia de goles. El problema para los ticos es que visitan a la selección estadounidense.
AC Conductora3	Ya les estaremos dando los resultados la próxima semana, pues todo esto se decidirá mañana miércoles. Por cierto, la selección mexicana ya se encuentra en Trinidad y Tobago preparándose para su último partido. "El Vasco" Aguirre aseguró que harán todo para ganar los últimos 3 puntos...
Insert Aguirre	
AC Conductora2	Y es que con estos puntos México podría estar clasificando como primer lugar de la tabla general. Bastaría esperar el resultado de Estados Unidos.
AC Conductora1	La principal incógnita del juego de mañana es el cuadro que utilizará el estratega, toda vez que puede mandar un cuadro alterno para dar minutos a los jugadores que casi no han participado en la eliminatoria o únicamente sustituir las bajas de Rafael Márquez y Guillermo Franco, quienes no podrán jugar por las amonestaciones que obtuvieron en el partido pasado.
AC Conductora3	Hay que recordar que en el anterior encuentro entre Trinidad y Tobago contra México ,
Imagen de archivo partido	Éste fue superior, con un marcador de 2-1, anotando desde el primer minuto con un gol del Guille Franco. Sin embargo no se deben confiar, pues hay que recordar el golazo que anotó Tinto a tan sólo minutos de terminar el primer tiempo (comentario).
AC Conductora1	No se pierdan mañana el partido de la Selección. Por el momento, nosotras nos despedimos, no sin antes recordarles que nos sintonicen el próximo martes por el canal 30 de Ultravisión en punto de las 9 de la noche. Esto fue <i>Mujeres al balón</i> . ¡Hasta la próxima!
AC Conductora3	¡Adiós!
AC Conductora2	Nos vemos el próximo martes y ¡arriba México!
Cortinilla salida <i>Mujeres al balón</i>	