



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**LA PRODUCCIÓN DE PARTIDOS DE
FUTBOL EN MVS TELEVISIÓN PARA
FOX SPORTS. REPORTE DE
EXPERIENCIA LABORAL**

TESINA

Que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

PRESENTA

Jessica Messina Flores Galván

Asesora: Dra. Francisca Robles



Octubre, 2007



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.

Agradecimientos:

Esta vez no hay dos versiones: una para mamá y otra para papá, este es un solo agradecimiento. Porque a pesar de todo, a pesar de ustedes, en mi corazón todos caben.

Mamá, por las mal pasadas, lágrimas, carencias, ausencias pero sobre todo por ser mi mejor ejemplo de fortaleza.

Papá tu eres mi ejemplo de tenacidad y porque en mi afán de ser tu orgullo hasta termine esta carrera.

A Jesús por ser el ángel que iluminó y cambió nuestras vidas.

A Sofía por construir los puentes que unen a mi familia.

Ricardo gracias por tu amor, paciencia, entrega, fuerza, consejos, apoyo, ayuda. Gracias por ser el indicado para mí.

Gracias Victoria por ser mi cómplice y mi guardián, solo tú y yo sabemos las que hemos pasado ¿no?

A Estela, Roberto, Rodrigo, Carlos, Adriana, Natalia, Adrián, Ángel, Karlita, Ale y Ruy Jr. ¡Los adoro!

Sin Vanya esta aventura de la televisión y otras muchas no serian posible.
Gracias

Vanessa, Gisela y Pamela gracias por ser mujeres tan distintas a lo que se supone que es una señorita bien. Su manera de ser y actuar siempre me hace sentir mejor.

Emi, Sayo, Rata. Isaías, Mario, Enoch, Eduardo y Oscar, sin ustedes mi concepto de amistad, lealtad, diversión y honestidad seria totalmente distinto. Porque sabemos de donde venimos, pero quien sabe hasta donde lleguemos... salud por el ocio!

A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales,
A la Universidad Nacional Autónoma de México porque ahí entendí lo que yo podía ser y hacer.

Gracias a mis maestros de la escuela, del trabajo y a mis compañeros, ustedes me han hecho la mujer que ahora soy

Jessica Flores Galván
Octubre 2007

ÍNDICE

	Página
Introducción	1
CAPÍTULO 1	
MVS Televisión: Maquiladora de producción	5
1.1 Grupo MVS Comunicaciones	5
1.2 MVS Televisión S.A. de C.V.	7
1.3 Estructura de MVS Televisión	8
1.3.1 Producción interna o propia	9
1.3.2 Producción externa	14
1.4 Infraestructura de MVS Televisión	15
1.5 Ventas	16
1.6. Los clientes de MVS Televisión	19
CAPÍTULO 2	
MVS Deportes	22
2.1 MVS Deportes	22
2.2 ¿Quiénes trabajan en MVS Deportes?	23
2.3 Estructura de producción	24
CAPÍTULO 3	
¿Cómo se produce un partido de futbol?	31
3.1 Servicios de televisión por encargo: Fox Sports el cliente más importante de MVS Deportes	31
3.2 ¿Cómo se hace el futbol en MVS Deportes?	36
3.3. Producción de la Copa Sudamericana 2006	41
3.3.1 Señal internacional	62
3.3.2 Producción unilateral	64
3.3.3 Post - producción	69
4. Conclusiones	73
5. Anexos	
Anexo 1. Usos y gratificaciones del futbol televisado	77
Anexo 2. Acreditaciones	81
6. Bibliografía	85

INTRODUCCIÓN

*La historia del futbol¹ es un triste viaje del placer al deber.
A medida que el deporte se ha hecho industria, ha ido
desenterrando la belleza que nace de la alegría de
jugar por sí (Eduardo Galeano, 1996)²*

Se dice que el futbol es lo más importante de lo menos importante; pues este asunto sin importancia para algunos, es uno de los deportes más populares del planeta o dicho en otros términos es un negocio con millones de clientes cautivos.

El deporte se ha mercantilizado, los aficionados tienen a su disposición todo tipo de artículos oficiales y no oficiales de su equipo favorito, desde jabón líquido para manos hasta pañales, pasando por revistas, periódicos o páginas de Internet con las notas más relevantes de su jugador favorito.

Los aficionados siguen por televisión el desempeño de su club o equipo nacional, sin importar el costo, ya que la tendencia es que los partidos se trasladarán de la señal abierta al alcance de todos, a la señal restringida y de pago por evento.

La consecuencia es paradójica: para los clubes de futbol es más redituable la ganancia por la transmisión de sus partidos en televisión a los ingresos en taquilla si su afición llenara el estadio cada partido.

El crecimiento del futbol-negocio ha crecido de la mano con el desarrollo de tecnología que permite transmitir los partidos con la inmediatez de un noticiario.

¹ De acuerdo con la vigésima segunda edición del Real Diccionario de la Lengua Española es correcto usar la palabra futbol sin acento; en esta tesina, futbol no llevará acento, ya que en México a diferencia de España y algunos países sudamericanos en donde sí se utiliza la tilde sobre la letra u, en el medio futbolístico mexicano futbol se escribe y se pronuncia sin acento.

² Eduardo Hughes Galeano (1940 -), periodista y escritor uruguayo.

Para los grandes corporativos de comunicación, el futbol no ha pasado inadvertido, de acuerdo con datos de la Federación Internacional de Futbol Asociación (FIFA):

El futbol es el deporte más popular del planeta, practicado por más de 240 millones de jugadores en 1,6 millones de equipos y en 300,000 clubes repartidos en todo el mundo. La Copa Mundial de la FIFA cuenta con un número y una diversidad de seguidores que ningún otro deporte puede igualar. Si a ello se le suma la profunda pasión por el juego vivida en todos los rincones del mundo, cabe hablar de todo un fenómeno deportivo, social y mercadotécnico.

Las estadísticas no hacen sino confirmar esta audaz afirmación: Cientos de millones vieron por televisión la Copa Mundial de la FIFA Alemania 2006 en directo, con unas 500 emisoras – casi el doble que en 2002 – transmitiendo más de 73,000 horas de cobertura. Esta cifra es de por sí espectacular, pero lo es más aún si se considera que equivale a las cifras de audiencia de un canal de televisión que transmite las 24 horas 7 días a la semana durante más de ocho años. La página oficial FIFAworldcup.com rompió otro récord en la historia de las páginas deportivas al registrar 4,200 millones de visitas a la página en total durante la competición, más del doble de las visitas registradas en 2002. El torneo también gozó de una cobertura sin precedentes entre los medios, con un total de 18,850 periodistas acreditados de todo el mundo: 4,250 periodistas, 1,200 fotógrafos y 13,400 representantes de la radio y la televisión.³

Por lo tanto para la televisión el balompié, es mucho más que una actividad recreativa sin importancia y por lo tanto producirlo genera ganancias. En nuestro país el futbol es un negocio y no sólo lo es para las cadenas de televisión abierta mexicana, el “pastel del futbol mexicano” es tan amplio que rebasa la frontera norte, la demanda del producto ha obligado que compañías norteamericanas busquen proveedores de servicio en México, básicamente para nutrir al mercado hispano, pero también para proveer al incipiente aficionado norteamericano.

En esta dinámica, empresas como MVS Televisión se han convertido en *host provider*, es decir, empresas maquiladoras de contenidos y producciones televisivas pues MVS Televisión ofrece a sus clientes la posibilidad de producir servicios de acuerdo a las necesidades específicas del cliente.

Esta tesina pretende describir cómo se produjeron los partidos de la Copa Sudamericana 2006, un torneo internacional avalado por la Confederación Sudamericana de Futbol (CONMEBOL), que fue visto por millones de personas

³ <http://www.fifa.com/es/marketing/concept/index/0,1304,22,00.html> / 3 de marzo de 2007

dentro y fuera de México a través de Fox Sports en Español y Fox Sports Latin America

En términos deportivos el *Club de Futbol Pachuca* resultó ser el primer mexicano en ganar un torneo internacional de esta envergadura. En lo personal representó mi primera oportunidad para producir y dirigir cámaras, aun sin el nombramiento de productora o directora de cámaras. Estos fueron los criterios más importantes por los cuales decidí hacer mi reporte de experiencia laboral, sobre el torneo que se llevó a cabo de agosto a diciembre de 2006 y por lo tanto los datos y experiencias presentadas en este trabajo corresponden a ese periodo en específico.

La producción de un partido de futbol requiere de coordinación, profesionalismo y además tener la habilidad para darle la vuelta a los obstáculos que se presentan, no sólo por la naturaleza del evento a transmitir sino porque la misma compañía que vende el servicio no ofrece las condiciones mínimas que garanticen la realización de la producción.

Para iniciar el relato, en el primer capítulo se presentará al Grupo MVS comunicaciones, corporativo del cual depende MVS Televisión. Se describirán de manera general las áreas y funciones que componen la televisora, sus clientes, el tipo de servicios que ofrece, y con qué equipo cuenta para realizarlos.

En el capítulo dos, la atención se centra sobre MVS Deportes, el área de MVS Televisión desde la cual se producen los partidos de futbol para Fox Sports.

En este capítulo se dan a conocer las condiciones laborales bajo las cuales se desempeñaron los empleados y que inevitablemente afectaron el procedimiento mediante el cual la Copa Sudamericana 2006 se llevó a la pantalla. También se muestra cuál es la estructura del área, el personal que la compone, el sistema de trabajo y las producciones que estaban al aire hasta diciembre de 2006.

En el capítulo tres se detalla el procedimiento para producir un partido de futbol. Se enlistan los pasos de todo servicio televisivo: preproducción, producción y postproducción y se comentan cuáles son las amenazas más importantes que arriesgan el éxito de una transmisión.

CAPÍTULO 1. MVS TELEVISIÓN: MAQUILADORA DE PRODUCCIÓN

El objetivo de este capítulo es presentar al grupo MVS Comunicaciones, enumerar las empresas que conforman este corporativo y conocer la visión del grupo.

Esta tesina pretende ir de lo general a lo particular, así que después de la descripción de MVS Comunicaciones me enfocaré a una empresa de este grupo: MVS Televisión. Se describirán de manera general las áreas y funciones que componen la televisora, qué tipo de producciones realizan, la infraestructura para ofrecer los servicios que vende y para quiénes se realizan.

1.1. GRUPO MVS COMUNICACIONES

“Joaquín Vargas Gómez viajaba en un automóvil en los Estados Unidos, al escuchar la banda del FM se sorprendió de la calidad de audio, gracias a ese motivo decide en 1967 introducir el Sistema del FM estéreo a nuestro país, al abrir en ese año una emisora en Monterrey, Nuevo León, bajo el indicativo de XHSRO-FM y con el nombre de Stereorey”⁴

Stereorey es el cimiento sobre el cual se construyó el corporativo MVS Comunicaciones, una empresa familiar, ya que en la actualidad los hijos, sobrinos y nietos de Don Joaquín Vargas Gómez se encuentran al frente de cada una de las empresas que integran uno de los grupos pioneros en las telecomunicaciones mexicanas.

Las empresas que componen MVS Comunicaciones son:

- MVS Net: ofrece servicios de telecomunicaciones en Internet para la transmisión de información a través de una red inalámbrica IP.

⁴ MVS Televisión, video corporativo, 8 de diciembre de 2005

- La mejor F.M.: estación de radio para los seguidores de la música banda, ranchera y romántica.
- MVS Televisión: producción y distribución de televisión.
- Exa F.M.: cadena de radio juvenil.
- Multiradio digital: sistema de audio digital con 20 canales que ofrece sólo música, sin cortes comerciales y sin locutores.
- E-Go: servicio de Internet de banda ancha a través de un módem inalámbrico portátil.
- MVS Editorial: servicios editoriales por encargo (edición, producción e impresión).
- MÁSTV: sistemas de TV de paga a bajo costo que incluye 15 canales de diferente programación (cine, infantiles, deportes, documentales, series, música).
- MVS Móvil: servicio de información sobre programas y noticias para usuarios de teléfonos celulares.
- Exa TV: canal de televisión con programación musical.
- MVS Espectáculos: organización y producción de eventos como conciertos, torneos de box, circos, eventos callejeros, etc.
- Strategic Media: canal de comunicación mediante la ubicación de MUPI'S (Mobiliario Urbano de Publicidad e Información) dentro de escuelas.
- Corporación Mexicana de Restaurantes: oferta gastronómica

El corporativo MVS Comunicaciones se autodefine de la siguiente forma:

En la era de la globalización la única constante es el cambio, transformarse día con día como actitud permanente nuestra misión y razón de ser es ofrecer a las crecientes audiencias nuevos medios de acceso a la información, la cultura y el entretenimiento que superen sus expectativas, basándonos en la innovación el servicio y la calidad siempre con rentabilidad y responsabilidad social. Con un firme compromiso hacia nuestro público, nuestros clientes, accionistas y socios, proveedores, nuestro personal y colaboradores.

En MVS Comunicaciones trabajamos imaginando el futuro para moldearlo hoy y ofrecer todas las innovaciones tecnológicas y de contenidos al servicio de la sociedad

Somos pioneros en el lanzamiento de servicios de telecomunicaciones que han transformado la industria en nuestro país consolidándonos como un grupo de empresas y marcas líderes en televisión, radio, broadband y editorial.

Somos un grupo mexicano de calidad mundial que trabaja con una premisa: innovar.

En MVS llegamos a todos. Todos los niveles socioeconómicos, todas las edades, alcance de más de 80% de la población consumidora, con cobertura a nivel nacional e internacional.⁵

1.2. MVS TELEVISIÓN S.A. DE C.V.

Joaquín Vargas Gómez era director de operaciones de Televisión Independiente de México (TIM), el canal 8, *“hasta antes de que, en 1972, esta empresa se fusionara con Telesistema Mexicano para formar Televisa”*.⁶

Gracias a esta participación en TIM y su cadena de radio Stereorey, Joaquín Vargas Gómez en 1976 fundó Telerey, el primer centro de producción y postproducción en el país dedicado a la producción independiente de televisión. En 1981 Telerey cambia su razón social a MVS Televisión (MVSTV).

En 1989 surge un sistema de televisión de paga denominado MVS Multivisión con una tecnología nunca antes vista en nuestro país, el sistema MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System) el cual *“consiste en el envío, a través del espacio*

⁵ <http://www.mvs.com/información/corporativo>, 20 de diciembre de 2006

⁶ <http://www.freewebs.com/djunny/television.htm>, 20 de diciembre de 2006

aéreo, de señales de televisión codificadas hacia los hogares de los suscriptores a quienes se dota previamente del equipo necesario para la recepción (antena, decodificador y control remoto). Funciona en el segmento de 2500 a 2696 megahertz”⁷.

Gracias a la estrategia de canales a la carta en donde el suscriptor pagaba por los canales que quería ver Multivisión fue en éxito que después cambió de nombre a MASTV, un sistema que opera bajo las mismas premisas técnicas que Multivisión pero que ante la competencia de Directv, Cablevisión y Sky ofrece el servicio de televisión de paga a bajo costo. El sistema MASTV es un producto dedicado a un nicho de mercado más amplio que el de sus competidores ya que el costo mensual del servicio es una tercera parte que el del sistema Sky.

Sin embargo multivisión es el mote que sigue vigente, el sobrenombre con el que se denomina a los empleados del grupo MVS comunicaciones, incluido MVS Televisión.

MVS Televisión es una empresa productora y comercializadora de televisión, forma parte del corporativo MVS Comunicaciones y sus instalaciones se encuentran frente al Aeropuerto de la Ciudad de México.

MVSTV se promociona de la siguiente forma: *“Contamos con la infraestructura técnica y humana para generar desde la producción más sencilla hasta un canal completo de televisión, comercial o privado, a nivel Latinoamérica. Nuestra experiencia y capacidad nos permiten transmitir todo tipo de eventos desde cualquier parte del mundo hasta cualquier punto del planeta”⁸.*

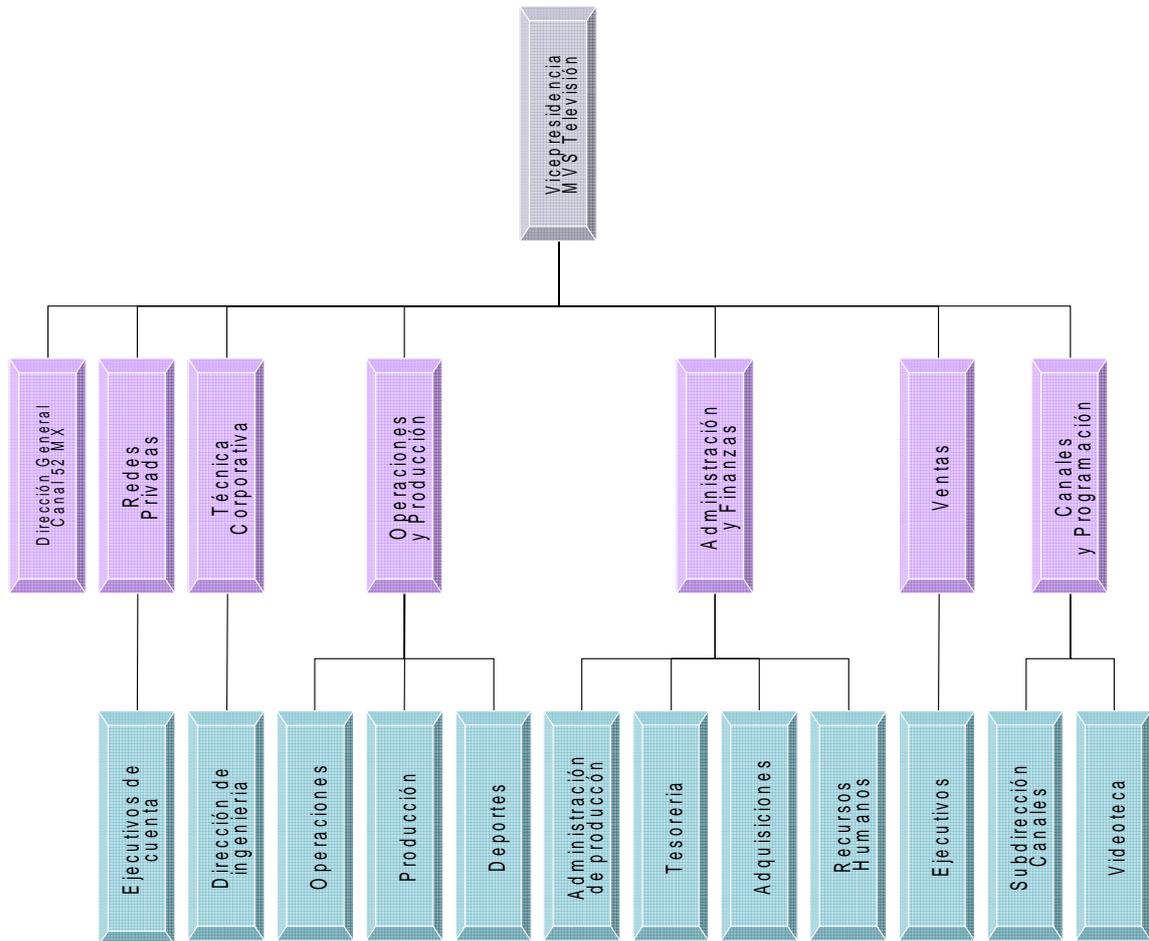
1.3 ESTRUCTURA DE MVS TELEVISIÓN

MVS no solamente tiene áreas específicas dedicadas a la producción de programás, como cualquier otra empresa cuenta con departamentos administrativos y financieros. A continuación se presenta un organigrama básico de las áreas que componen MVSTV.

⁷ Sánchez de Armas (coord.), Apuntes para una historia de la televisión mexicana, México 1998, pág. 589

⁸ <http://www.mvs.com/información/corporativo>, 20 de diciembre de 2006

Organigrama básico de MVS Televisión⁹



La actividad de la empresa se divide en dos rubros: producción propia o interna y producción externa.

1.3.1 PRODUCCIÓN INTERNA O PROPIA:

La producción propia es la que se realiza para los canales *Multicinema*, *Cine Latino*, *Multipremier*, *52MX* y *ZAZ Moviepark*; estos canales son armados con programación comprada en el extranjero y la producción hecha por personal de MVSTV para ser

⁹ La descripción está basada en la observación y participación directa ya que he laborado como coordinadora de producción free lance en MVS Televisión desde enero del 2003, en diversas áreas: Operaciones, Venta de servicios y Deportes.

transmitida por el sistema de paga MÁSTV, es decir una empresa del Grupo MVS Comunicaciones, por eso se le llama producción propia.

MULTICINEMA: “Es un canal que transmite para todo México las películas más taquilleras de Hollywood y producciones independientes de todo el mundo. Su público es adultos y jóvenes de 19 a 55 años.

Audiencia: todo público

Programación: cine 100%

Idioma: español (subtitulado)

Origen programación: adquisiciones

Alcance: México

*Ejemplo de programación del sábado 31 de marzo de 2007”.*¹⁰

Hora	Programa	Contenido	Género
02:50:00	<u>Legalmente rubia</u>	Película	Comedia
04:27:00	<u>El intruso</u>	Película	Ciencia ficción
06:10:00	<u>Cinema, Cinema, Cinema</u>	Magazine	Variedades
06:40:00	<u>Cazador de cocodrilos</u>	Película	Aventuras
08:25:00	<u>Gauguin: Diario de un genio</u>	Película	Drama
10:10:00	<u>El mosquetero</u>	Película	Drama
12:05:00	<u>Cazador de cocodrilos</u>	Película	Aventuras
13:50:00	<u>Gauguin: Diario de un genio</u>	Película	Drama
15:35:00	<u>Pasión por África</u>	Película	Drama
17:40:00	<u>Legalmente rubia</u>	Película	Comedia
19:30:00	<u>El intruso</u>	Película	Ciencia ficción
21:30:00	<u>Cinema, Cinema, Cinema</u>	Magazine	Variedades
22:00:00	<u>Operación ilegal</u>	Película	Suspense y drama
23:50:00	<u>Calles peligrosas</u>	Película	Drama

CINELATINO: “Canal que transmite para todo el continente americano películas iberoamericanas en español y cápsulas sobre temas de actualidad en torno a la producción de nuestro cine. Para público de jóvenes y adultos de 19 a 44 años.

Cine Latino ofrece lo más relevante del cine contemporáneo de México, España y Latinoamérica sin cortes comerciales durante las 24 horas del día en idioma español.

Audiencia: adultos de 18 a 75 años

Programación: cine

Idioma: español (origen)

Origen programación: adquisición

¹⁰ <http://www.multicinema.com.mx>, 31 de marzo de 2007

*Alcance: América Latina y Norteamérica
Horas de transmisión: 24 horas al día*

Ejemplo de programación del sábado 31 de marzo de 2007¹¹

Hora	Programa	Contenido	Género
00:10:00	<u>Una mujer bajo la lluvia</u>	Película	Comedia
02:40:00	<u>La filmación...</u>	Serie	Documental
03:05:00	<u>Sucesos distantes</u>	Película	Drama
04:50:00	<u>Bandidos</u>	Película	Aventuras
06:15:00	<u>Carne de gallina</u>	Película	Comedia
07:50:00	<u>Bandidos</u>	Película	Aventuras
09:30:00	<u>La vida según Muriel</u>	Película	Drama
11:15:00	<u>El harén de Anibal</u>	Película	Drama
12:50:00	<u>Carne de gallina</u>	Película	Comedia
14:25:00	<u>Bandidos</u>	Película	Aventuras
16:05:00	<u>La vida según Muriel</u>	Película	Drama
17:50:00	<u>El harén de Anibal</u>	Película	Drama
19:21:02	<u>Carne de gallina</u>	Película	Comedia
21:00:00	<u>Sucesos distantes</u>	Película	Drama
22:40:00	<u>El taxista querendón</u>	Película	Comedia

MULTIPREMIER: *“Canal que transmite para toda América Latina películas, eventos especiales y una barra de cine erótico bajo el concepto de 3 canales en uno. Público: jóvenes y adultos de 19 a 55 años.*

Es tres canales en uno porque transmite películas recientes con reconocidos actores de nivel internacional, eventos especiales para todos los gustos y el más aclamado cine erótico.

Audiencia: adultos (18 a 50 años)

Programación: cine, especiales y películas eróticas

Idioma: español y portugués (subtitulado)

Origen programación: adquisición

Alcance: América Latina

Horas de transmisión: 24 horas al día

Ejemplo de programación del sábado 31 de marzo de 2007¹²

¹¹ <http://www.cinelatino.com.mx>, 31 de marzo de 2007

¹² <http://www.multipremier.com.mx>, 31 de marzo de 2007

Hora	Programa	Contenido	Género
00:05:00	<u>Pasión al límite</u>	Película	Adultos
02:45:00	<u>La filmación...</u>	Serie	Documental
02:55:00	<u>Besado por un ángel</u>	Película	Comedia
04:50:00	<u>Tiempo límite</u>	Película	Suspenso y drama
07:05:00	<u>La sombra del vampiro</u>	Película	Horror
08:55:00	<u>Operación maestra</u>	Película	Comedia
10:40:00	<u>Besado por un ángel</u>	Película	Comedia
12:35:00	<u>Tiempo límite</u>	Película	Suspenso y drama
14:40:00	<u>La sombra del vampiro</u>	Película	Horror
16:30:00	<u>Besado por un ángel</u>	Película	Comedia
18:25:00	<u>Operación maestra</u>	Película	Comedia
20:10:00	<u>Tiempo límite</u>	Película	Suspenso y drama
22:15:00	<u>Sueños líquidos</u>	Película	Suspenso

ZAZ MOVIEPARK: “Canal que transmite para Hispanoamérica películas familiares y series infantiles dobladas al español para todo público, niños, jóvenes y adultos de 4 a 44 años

Audiencia: todo público, especialmente niños

Programación: películas y dibujos animados

Idioma: español (doblado)

Origen programación: adquisición

Alcance: México y América Latina

Horas de transmisión: 24 horas al día

Ejemplo de programación del sábado 31 de marzo de 2007”¹³

Hora	Programa	Contenido	Género
08:30:00	<u>Timothy va a la escuela</u>	Caricatura	Dibujos animados
09:00:00	<u>Xcalibur</u>	Serie	Dibujos animados
09:30:00	<u>Los siete monstros</u>	Caricatura	Dibujos animados
10:00:00	<u>Marvin, el caballo bailarín de tap</u>	Caricatura	Dibujos animados
11:30:00	<u>Cyberchase</u>	Caricatura	Dibujos animados
12:00:00	<u>Touching Wild Horses</u>	Película	
14:00:00	<u>Corduroy</u>	Caricatura	Dibujos animados
14:30:00	<u>Timothy va a la escuela</u>	Caricatura	Dibujos animados
15:00:00	<u>Xcalibur</u>	Serie	Dibujos animados

CANAL 52MX: Es el canal insignia de MVS Televisión, al igual que *Multicinema*, *Cine Latino*, *Multipremier*, *ZAZ Moviepark*, *52MX* tiene cobertura nacional e internacional gracias a que se puede ver en todos los sistemas de paga de México

¹³ <http://www.zaz.com.mx>, 31 de marzo de 2007

como son MÁSTV, Sky, Cablevisión, sistemas de cable local, y a partir de 2005 gracias a la alianza con COMCAST tiene cobertura en los Estados Unidos.

De acuerdo a la página de Internet del canal, 52MX es:

“El canal mexicano de televisión más completo en géneros, con cobertura internacional. Este es un breve resumen de sus contenidos.

Información

Con más de 30 años de trayectoria, el líder de opinión y ganador de varios premios de periodismo, José Gutiérrez Vivó reúne a un grupo de especialistas en diversos tópicos para analizar y debatir temas de interés para la opinión pública.

Presentamos diversos espacios de análisis tales como La Mesa Monitor y Mundo Ejecutivo, así como coberturas informativas según los acontecimientos del ámbito nacional.

Deportes

La mejor programación deportiva de la pantalla chica la tenemos en Score Final, donde los mejores comentaristas y un equipo de reporteros profesionales se dan cita para analizar los eventos más relevantes del apasionante mundo del deporte. Este fue el primer diario deportivo de la televisión de paga en México y lleva más de 17 años ininterrumpidos al aire.

La mejor lucha libre mexicana e internacional es presentada aquí semana a semana. Sus exponentes son grandes ídolos de nuestro numeroso público seguidor.

Además, transmitimos eventos especiales propios y exclusivos desde hace más de 13 años como la Carrera Atlética MVS y el torneo de boxeo amateur Cinturón de Oro, que ya ha dado sus frutos generando varios campeones del mundo.

Entretenimiento

Un buen ejemplo de este género es Ya veremos, conducido por Poncho Vera, Susana Moscatel y Laura Galván, que de lunes a viernes nos presentan lo más interesante del mundo de espectáculo y la cultura.

Sin duda alguna otro excelente jugador de este género es Verdad y fama, que semana a semana nos sorprende con la presentación sobre la vida de personajes públicos... testimonios y entrevistas exclusivas que siempre dan mucho de qué hablar.

Las telenovelas son otro de los atractivos principales del canal: las mejores historias con actores de gran reconocimiento en el mundo latino. Poné a Francella aporta una ingeniosa dosis de buen humor con una serie de sketches y personajes que provocarán en el televidente muchos momentos de diversión.

Lo más actual y novedoso de la industria automotriz lo tenemos en Autos y Más, con todos los detalles y adelantos tecnológicos más relevantes sobre las marcas automotrices de mayor prestigio mundial.

También proyectamos series de reconocimiento mundial como Hospital Central, Periodistas, Un paso adelante, Amor mío, Compañeros, entre muchas otras.

Por si esto fuera poco, al final de cada año transmitimos nuestros programas especiales de gran interés como el Resumen Anual de Noticias y el Resumen Anual de Deportes.

Un ejemplo de programación del 10 de Abril de 2007:¹⁴

¹⁴ http://www.canal52.com.mx/site/quees_canal52.php, 10 de abril de 2007

Programación canal 52MX:

Horario	Programa	Género
00:00	<u>Cuentos para solitarios</u>	Serie drama
00:30	<u>La mesa Monitor</u>	Opinión
01:30	<u>Hospital Central</u>	Serie drama
03:00	<u>Ya veremos</u>	Magazine espectáculos
04:00	<u>La ex</u>	Telenovela
05:00	<u>Monitor 52MX</u>	Noticias
11:00	<u>Ya veremos</u>	Magazine espectáculos
12:00	<u>Al rojo vivo</u>	Noticias
13:00	<u>Álbum show</u>	Musical
14:00	<u>Verdad y fama</u>	Magazine
15:00	<u>Poné a Francella</u>	Serie comedia
16:00	<u>Un paso adelante</u>	Serie drama
17:30	<u>La ex</u>	Telenovela
18:30	<u>Los Plateados</u>	Telenovela
19:30	<u>Al rojo vivo</u>	Noticias
20:30	<u>Ya veremos</u>	Magazine espectáculos
21:30	<u>Score final</u>	Deportes
22:30	<u>Estatus</u>	Magazine
23:00	<u>Sin código</u>	Serie comedia

Los servicios de producción y postproducción con los que se realizan las producciones que salen al aire por *Multicinema, Cine Latino, Multipremier, 52MX y ZAZ Moviepark y 52MX* no son facturados a ningún cliente, la empresa absorbe los costos que dichas producciones originan (sueldos de los productores, adquisición de películas, pago de regalías, etc.) es decir no ingresa dinero por producir estos programas, estos canales generan ganancias al ser transmitidos a través de Sky, cablevisión, MÁSTV y los sistemas de cable locales.

1.3.2 PRODUCCIÓN EXTERNA:

La producción externa es aquella que se realiza para cualquier otra empresa ajena al Grupo MVS Comunicaciones. Esta producción externa puede aparecer en la pantalla de *Canal 52MX* ó en cualquier otro medio a disposición del cliente.

Tanto la producción interna como los clientes externos pueden utilizar la infraestructura técnica de la compañía.

Todos los servicios que se producen para los clientes externos representan ingreso de dinero a la empresa, cada una de las producciones y servicios deben ser facturados y por lo tanto deben ser cobrados a los clientes.

1.4 INFRAESTRUCTURA DE MVS TELEVISIÓN

El equipo técnico con el que cuenta MVS Televisión es el siguiente¹⁵:

Para los servicios de producción

- Cámaras portátiles
- Unidades móviles de producción
- Estudio presencial
- Estudio virtual
- Equipo de iluminación
- Equipo de audio
- Equipo de video y monitoreo

Para los servicios de postproducción:

- Cabinas de audio
- Diseño de audio (audioteca)
- Cabinas de edición no lineal y diseño gráfico
- Pooles de edición lineal

Para los servicios de transmisión:

- Telepuerto en banda C
- Unidades móviles de transmisión en banda KU
- Microondas

Cabe mencionar que el equipo siempre es operado por personal de base o free lance contratado por MVS, por política el cliente nunca puede salir solo con el equipo debido a 2 situaciones:

¹⁵ Datos obtenidos en la entrevista realizada a Enrique García, Jefe del Almacén de operaciones de MVS Televisión el día 10 de diciembre de 2006.

- 1) MVSTV no es una compañía que renta equipo sino que vende servicios de producción.
- 2) Se garantiza el óptimo funcionamiento y cuidado del equipo, pues el personal está capacitado y especializado en la operación del mismo. A este personal operativo en MVS se le denomina staff.

El staff de operaciones se divide en:

- A) **Staff de producción:** El personal maneja los vehículos, opera las máquinas de videotape, cámaras, iluminación, etc.
- B) **Staff de postproducción:** en su mayoría son diseñadores creativos, es decir no sólo operan el equipo sino que también crean composiciones gráficas o auditivas para satisfacer las peticiones poco específicas de los clientes. Es muy común escuchar que un cliente solicita algo “padre” o “impactante” para el paquete gráfico de su programa dejando así toda la responsabilidad creativa al operador.

1.5 VENTAS

Existen cuatro áreas de ventas dedicadas a la atención de los clientes: Redes privadas, Venta de servicios, Comercialización y Ventas.

Redes privadas: esta área brinda la oportunidad de tener un canal de televisión propio. La transmisión se realiza vía satélite. Una red se utiliza básicamente para capacitar personal a distancia o para comunicarse con los empleados en alguna reunión, junta o sesión plenaria no presencial.

Por ejemplo, la aseguradora GNP tiene personal en toda la República Mexicana, pero traer a cada empleado a la Ciudad de México (aquí se encuentra el corporativo) implica un gasto muy alto para la empresa, por lo tanto GNP contrata una red privada que utiliza 2 veces al mes.

El proceso es así: El capacitador de GNP imparte su curso desde un Estudio de MVS y esta señal se distribuye a todos los puntos que el cliente elige. MVS baja la señal del satélite en cada Estado y pone a disposición del cliente equipo de audio y

video para que el empleado, desde su oficina pueda tomar el curso, sin necesidad de desplazarse de su lugar de trabajo, por lo tanto la empresa ahorra en horas hombre y gastos de viaje.

El cliente solicita el servicio al vendedor y éste a su vez indica las necesidades a un equipo de producción de MVS. Este equipo evalúa las necesidades técnicas del cliente, hace una cotización tomando en cuenta estas necesidades, produce la teleconferencia y en su caso postproduce esta señal (por ejemplo se hacen videomemorias de congresos médicos). Los contenidos corren por cuenta del cliente.

El servicio de redes privadas se ofrece desde 1995 a nivel nacional.

Venta de servicios: El servicio que se ofrece es básicamente dejar que el cliente utilice la infraestructura y personal de MVSTV como si fuera de él. El proceso es así: el cliente indica el tipo de evento que va a tener, el equipo de producción de MVS realiza la cotización y hace de enlace entre el equipo de producción del cliente y el staff operativo, finalmente se factura el servicio.

Un ejemplo: El Consejo Mundial de Lucha Libre (CMLL) encarga a MVS producir las funciones que tiene los viernes en la Arena México. El montaje de las luchas (es decir el contenido del programa) corre por cuenta del cliente. La narración, posición de cámaras y su dirección la hacen talentos de Televisa. La unida móvil de producción de MVS se hace cargo de la grabación de audio, video y repeticiones. (Ingenieros, operadores de audio, videotape y asistentes son de MVS)

El mismo viernes cuando la función termina el productor de Televisa se traslada a las instalaciones de MVS para editar las luchas, musicalizarlas, cubrir los errores de dirección o camarógrafos, agregar o quitar repeticiones, insertar los gráficos y dejar un programa de 2 horas con sus respectivos cortes, con normas de audio y video que exige Televisa, ya que las Luchas se transmiten por el Canal 9 a las 11 de la mañana todos los sábados.

El CMLL decidió contratar a MVS para producir sus funciones estelares, pues la unidad móvil de Televisa y sus operadores no le ofrecían una producción de calidad además de que el costo era mucho más elevado.

Por supuesto que al aire nadie nota que es MVS quien produce, pues al personal se le entregan playeras con el logotipo de Televisa, los narradores son personas de esa televisora e incluso a las ediciones y efectos especiales que se realizan en MVS se les denomina “Tecnología Televisa Deportes”.

MVS produce las lucha del CMLL desde enero de 2003 y este servicio es facturado por el área de venta de servicios y no por MVS Deportes ya que el cliente se encarga de la dirección de cámaras y el contenido del programa.

La venta de servicios se adapta a cualquier requerimiento del cliente, por lo tanto en MVS se producen noticiarios, eventos deportivos, campañas políticas, conciertos, videos corporativos, videoconferencias, enlaces, play outs, etc., grabados o en vivo.

Los servicios que ofrece MVS tienen calidad broadcast, es decir que pueden ser transmitidos a través de cualquier pantalla en cualquier parte del mundo pues están dentro de las normas internacionales de audio y video.

En todas las ventas, *Administración de producción* es el área encargada para establecer los precios que el vendedor presentará al cliente. El precio se determina con base en la cotización -hecha por personal de producción- en la que son plasmadas las necesidades del cliente.

Comercialización: Su responsabilidad es vender tiempo aire en Canal 52MX, es decir consigue patrocinios para las producciones. Los clientes escogen el horario y programa en el cual desean aparecer a través de menciones de los conductores, gráficos o patrocinando algún segmento del programa.

Los clientes escogen las producciones de acuerdo al rating del programa; el rating significa cuántas personas están viendo determinado programa, por lo tanto entre

más televidentes = puntos de rating tenga un programa, los anunciantes garantizan que los impactos publicitarios de su marca o producto serán vistos por un mayor número de posibles consumidores.

MVS encarga los informes de rating a la empresa **IBOPE AGB México**¹⁶ y existe una persona de comercialización encargada de analizar y presentar esta información tanto a los clientes como a las áreas interesadas dentro de MVSTV.

Ventas: Esta dirección se encarga de diseñar proyectos de telecomunicación integral para los clientes.

En diciembre de 2006 se lanzó el canal *A TV*. El cliente es Farmacias del Ahorro y este canal de televisión privado se podrá ver en las 534 sucursales de la cadena dentro del territorio nacional. Además de capacitar al personal, este canal permitirá “la transmisión de cápsulas de salud para sus clientes y la venta de espacios publicitarios a cualquier empresa interesada en anunciarse en el canal que cuenta con un público potencial de 8.7 millones de personas que compran al mes en la cadena de Farmacias del Ahorro”¹⁷.

1.6 LOS CLIENTES DE MVS TELEVISIÓN

De acuerdo a información proporcionada por Rocío Hernández¹⁸, encargada de facturación y cobranza, en diciembre de 2006, más de 500 empresas y organizaciones son clientes de MVS.

¹⁶ IBOPE AGB México es una empresa dedicada a la medición electrónica de audiencias de televisión. El rating indica el porcentaje de hogares o televidentes con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos y fechas), en relación al total de TV Hogares o televidentes considerados. El rating es la más usada de las múltiples variables de audiencia que describen los hábitos de exposición del televidente. <http://www.ibope.com.mx/hgxpp001.aspx?1,1,50,O,S,0,MNU;E;13;2;MNU>, 10 de Abril de 2007

¹⁷ <http://www.mvs.com/mediosdecomunicacion/noticias>, 10 de diciembre de 2006

¹⁸ Datos obtenidos en la entrevista realizada a Rocío Hernández, responsable de facturación y cobranza de MVS Televisión el día 4 de diciembre de 2006.

Según datos del staff operativo de MVSTV, estos son los servicios que se producen para algunos de los clientes de la televisora:

- Grupo Bimbo – teleconferencias
- IMSS – teleconferencia
- Hospital de Cardiología – congresos y cirugías a larga distancia
- INFONAVIT – teleconferencias
- HSBC – teleconferencias
- GNP – cursos de capacitación y teleconferencias
- Liverpool – cursos de capacitación
- PEMEX – producción de videos corporativos y teleconferencias
- Telemundo Networks – producción de noticiarios, partidos de futbol, etc
- PaNamSat – subidas y bajadas de señal etc.
- Globe Cast – subidas y bajadas de señal
- Gobierno del Estado de México – informes de gobierno
- Eurosport – carreras de autos
- Televisa – unidades móviles, programas unitarios
- TV Azteca – cámaras portátiles
- CNN – eventos especiales, noticias
- Nascar.com – entrevistas, carreras de autos
- NFL Networks – conferencias de prensa, entrevistas

En el último trimestre del 2006, el director de operaciones de MVS, encargó a las coordinadoras de producción un análisis de la competencia que tiene la televisora y los resultados se pueden interpretar así:

Algunos clientes se han mantenido fieles a MVS Televisión a pesar de que no es la empresa con los precios más competitivos del mercado; sin embargo después de Televisa y TV Azteca es la empresa de televisión que cuenta con la infraestructura requerida para satisfacer las necesidades de los clientes y sus costos son más accesibles que los de las dos anteriores.

La mayor parte del personal de nómina en la televisora no tiene nada que ver con la producción de los servicios. Esta carga de personal administrativo se mantiene

gracias a los porcentajes que son agregados a los costos de producción, esos que pagan los clientes, el resultado es que otras empresas mucho más pequeñas pueden brindar el mismo servicio que MVS pero a un costo menor.

Los clientes pagan los salarios de todos, la diferencia es que casi todos los involucrados en el proceso creativo y operativo de una producción en realidad no son empleados de MVS, son profesionistas independientes, mejor conocidos como free lance.

En conclusión, MVSTV es una empresa con un potencial de desarrollo único que no ha sido explotado.

En el capítulo número dos analizaré un área específica de la televisora: MVS Deportes; se describirá quiénes y cuántos componen una de las áreas que más capital aportan a la compañía.

CAPÍTULO 2

MVS DEPORTES

En este capítulo se describirá la estructura de MVS Deportes, los empleados que laboran en esta área, cuáles son los procesos laborales y qué producciones se realizan.

2.1 MVS DEPORTES

En la televisión mexicana el área que deja más dinero son los deportes. Los noticiarios posicionan políticamente a los dueños y accionistas de las televisoras, es decir son programas estratégicos, pero en términos financieros y debido a la complejidad de su producción, el área de noticias en todas las televisoras son estructuras muy caras y poco rentables ya que la comercialización que se obtiene de ellos es casi nula en comparación con los programas deportivos o de espectáculos, los cuales no requieren una logística y estructura costosa, además estas producciones en términos comerciales son muy flexibles y por lo tanto las televisoras obtienen buena parte de sus recursos de los deportes, en específico del fútbol.

En diciembre de 2006, MASTV promocionó así a MVS Deportes en la pantalla de Canal 52MX:

La mejor programación deportiva de la pantalla chica la tenemos en Score Final, donde los mejores comentaristas y un equipo de reporteros profesionales, se dan cita para analizar los eventos más relevantes del apasionante mundo del deporte. Este fue el primer diario deportivo de la televisión de paga en México y pronto cumplirá los 17 años ininterrumpidos al aire.

Súper Fútbol, con Francisco Javier González y su reconocido panel de expertos analistas, nos presentan todo lo concerniente al fútbol soccer nacional: resultados, estadísticas, análisis, entrevistas, reportajes. Todo en un estilo fresco y dinámico.

Además, transmitimos eventos especiales propios y exclusivos desde hace más de 11 años como la Carrera Atlética MVS y el torneo de boxeo amateur Cinturón de Oro, que ya ha dado sus frutos generando varios campeones del mundo.¹⁹

¹⁹ http://www.multivision.com.mx/quees_mastv, 10 de diciembre de 2006

2.2 ¿Quiénes trabajan en MVS Deportes?

En MVS Deportes al igual que en el resto de MVSTV, las personas están empleadas bajo distintos regímenes laborales:

- **Nómina:** El personal de nómina cuenta con todas las prestaciones de ley (IMSS, aguinaldo, etc.) y tiene que cumplir con un horario de 8 horas de trabajo. La gente que no labora en áreas “críticas de la empresa” (definición del director de Recursos Humanos) tiene un horario de lunes a jueves de 8:30 a 17:30hrs., viernes de 8:30 a 15:00 hrs. con una hora de comida de 14:00 a 15:00 hrs. Los empleados de áreas operativas o críticas laborarán en el horario que sus funciones así lo requieran. Por ejemplo, existen 3 turnos de operadores de master ya que los canales del sistema MASTV transmiten las 24 horas los 365 días del año.
- **Sindicalizado:** Los empleados que pertenecen al sindicato no tienen un horario fijo pero son los únicos que cobran horas extras. Cuentan con prestaciones de ley, bono de transporte y uniformes.
- **Free Lance:** Los empleados free lance no tienen un horario fijo ni prestaciones de ningún tipo (no IMSS, ni vacaciones pagadas etc.). Después de desempeñar la función para la que fueron contratados, entregan facturas o recibos de honorarios que son pagados 15 días después de la fecha de entrega.

Existen free lance eventuales, es decir que acuden a llamados esporádicamente y free lance fijos que trabajan de manera permanente en la compañía incluso algunos cuentan con lugares de oficina, gafete y cuenta de correo electrónico de mvs.

Los free lance se desempeñan en el staff de operaciones y producción, aunque también existe personal administrativo bajo este régimen laboral.

Un free lance en MVS tiene trabajo mientras exista una producción que garantice su sueldo, de lo contrario no tiene ningún motivo para permanecer en la empresa, así que cuando una producción termina se le informa al área de seguridad qué personas no pueden ingresar a las instalaciones hasta nuevo aviso.

En caso de que el empleado se enferme o tenga que faltar, él mismo debe encontrar a una persona que lo reemplace y pagarle de su bolsa el sueldo.

2.3 Estructura de producción

En el último trimestre del 2006, MVS Deportes tenía las siguientes producciones permanentes:

Score Final: Es el noticiario deportivo de Canal 52MX y por ende el programa con más recursos e importancia para MVS Deportes. El programa inició transmisiones en 1990. Tiene la particularidad de cubrir notas que no son presentadas con frecuencia en otras televisoras tales como deporte amateur y torneos escolares. Es una producción interna

Diario Fox Sports: Este noticiario se produce para Fox Sports en Español (FSE), es decir para Estados Unidos y para Fox Sports Latinamerica (Fox LA) que se distribuye en México, el Caribe y Centroamérica. Es una producción externa.

Fox Gol: Es el resumen de lo más importante de la actividad del futbol mexicano. Se produce los Domingos por la noche para FSE y Fox LA. También es una producción externa.

Autos y más: Es un programa de nicho, semanal, en donde se presentan las novedades de la industria automotriz. Es una producción hibrida, o sea que la producción es externa porque se factura al cliente el equipo técnico y sueldos de producción, pero el tiempo aire en Canal 52MX es gratuito porque las ganancias por

comercialización se reparten entre el productor ejecutivo (José Ramón Zavala) y MVS Televisión.

Súper fútbol: Es un programa de análisis futbolístico. Se produce en conjunto con La Nueva Casa Productora Estavillo. En el último trimestre del 2006 pasó de ser una producción externa a interna, pero la comercialización del programa siguió dividiéndose entre el productor ejecutivo (Benjamín Estavillo) y MVS.

Envíos de goles para Fox: mejor conocidos como highlights, es un envío satelital con las mejores jugadas de la jornada del futbol mexicano. Estas imágenes se transmiten a Los Ángeles y Fox las distribuye a sus producciones.

Goles MVS: Es una producción interna ya que MVS tiene el compromiso con sus clientes de tener todos los goles de la jornada del fútbol mexicano. Es una producción compleja y laboriosa ya que se mandan cámaras portátiles a todos los estadios, se graban todos los partidos que pasan por televisión y se editan resúmenes. En esta producción nadie tiene un sueldo asignado (se trabaja sin cobrar) pero es una obligación realizarlo porque todos los programas necesitan estas imágenes.

La Copa Sudamericana, torneos de tenis y Cinturón de oro son producciones ocasionales, es decir que solamente se producen cuando el cliente lo solicita o por la naturaleza misma del evento.

En MVS las producciones se realizan en equipo, cada equipo puede ser integrado de acuerdo a las necesidades del proyecto. Así pues el organigrama del área se integra de acuerdo a las producciones fijas que existen. Cabe señalar que no hay un director de deportes, ni gerente del área, por lo tanto el productor es la máxima autoridad y su jefe inmediato es el director de Operaciones y Producción.

En el cuadro que se presenta a continuación se podrá observar la estructura de Deportes. No es un error el repetir uno o varios nombres en las producciones, este fenómeno es resultado de la sobre oferta de mano de obra.

Una persona debe desempeñar varias funciones porque un programa se rige por presupuestos. Probablemente al inicio del proyecto se cotizó una producción con 15 personas, pero antes de ser aprobado, el cliente o el director de producción exige una reducción en el presupuesto, de lo contrario no sería producido.

La negociación del presupuesto es toda una institución en MVS. La coordinadora de producción es la encargada de realizar los presupuestos, los cuales siempre son “inflados” porque sabe que siempre se demanda una reducción de personal, sueldos y equipo técnico.

El éxito de un proyecto depende de qué tan capaz es el productor de defender a su equipo de trabajo y de persuadir al cliente de que lo cotizado es lo mínimo indispensable para realizar una producción, pero generalmente ocurre que la cotización se ajusta al presupuesto que indica el cliente.

Se economiza en sueldos o personal y no en equipo técnico, pues una persona debe ser capaz de realizar varias funciones por el mismo sueldo, porque es imposible sustituir un estudio o una cabina de edición.

Al final de cada nombre se colocó una letra *N* si el empleado es de nómina o *FL* si es Free Lance. De esta forma se puede presentar gráficamente que las personas que dan la cara por MVSTV – Deportes, son personas que no son reconocidas por MVS como sus empleados, el status de un empleado free lance es el de trabajador independiente, tal como lo dicen los gafetes de acceso que la empresa otorga.

Cuadro de producción deportes MVS²⁰

Productor	Dr. Cámaras	Coordinadora	Realizador	Jefe de información	Editores	Reporteros	Asist. Producción	Comesponsales	Grabadores	Conductores	Gráficos
Sergio Juárez (FL)	Victor González (N)	Ilana Trujillo (FL)	Ramón Delgado (N)	Roberto Paláez (N)	Alberto Uribe (FL) Ignacio Sánchez (FL) Eduardo Zavala (N)	Iván Rivera (FL) Pablo Vargas (FL) Angela Sánchez (FL) Pera García (FL)	Carlos Rosales (N) Jorge Mendoza (N)	Yara Yañez (FL)-Mty Elmor Souza (FL)-Gdl Ricardo Torres (FL)-Torreón	Adolfo Romero (FL) Sergio Pérez (FL) Justo Valenzuela (FL)	Jorge Muñeta (FL) Roberto Vargas (N)	Carlos Rosales (N) Jorge Mendoza (N)
						Carlos Hernández (FL) Amaranto López (FL) Antonio Dávalos (FL) Carlos Velasco (FL) Juan Castellanos (FL)					
Vladimir Ramos (N)	Alberto Uribe (FL) Vladimir Ramos (N)	Pera García (FL)	Alberto Uribe (FL)	Jorge Fincón (FL)	Ramón Delgado (N) Ignacio Sánchez (FL) Alfonso El Grande (FL)	Juan Castellanos (FL) Carlos Velasco (FL) Iván Rivera (FL)	Marion Reimers (FL) Alfonso Hidalgo (FL)		Gabriel Hernández (FL) Orlando Medina (FL) Javier Luna (FL)	Marion Reimers (FL) Mara Almada (FL) Rubén Espejel (FL) Alfonso Hidalgo (FL)	Giela Martínez (FL)
						Orlando Medina (FL) Pablo Vargas (FL) Antonio Dávalos (FL) Salvador González (FL) Amaranto López (FL)					
Victor González (N)	Victor González (N)	Ilana Trujillo (FL)	Javier Luna (FL)	Roberto Paláez (N)	Ricardo Rico (FL) Daniel Reyes (FL) Javier Luna (FL)	Antonio Dávalos (FL) Salvador González (FL)	Ricardo Rico (FL) Daniel Reyes (FL)		Sergio Pérez (FL)	Santiago Puente (FL) Faúl Ovejanos (FL) Carlos Velasco (FL) Turhan Madanoglu (FL)	Ilana Trujillo (FL)
Ignacio Juárez (FL)						Adolfo Romero (FL) Sergio Pérez (FL)					
Rolando Gutiérrez (FL)		Vanya González (FL)	Javier Luna (FL)		José Quiñate (FL) Justo Valenzuela (FL) Fernando Meribzoza (FL)	Heidi Mingo (FL)	Luis Hernández (FL)			Jimena Nagano (FL) J. Ramón Zavala (FL)	
Rolando Gutiérrez (FL)	Rolando Gutiérrez (FL)	Vanya González (FL)	Rolando Gutiérrez (FL) Sergio Juárez (FL)	René Sánchez (FL) Victor Villanueva (FL)	José Quiñate (FL) Fernando Meribzoza (FL) Amaranto Canachón (FL)	Cindy Lira (FL) Carlos Hernández (FL) José L. Adame (FL) Oscar Cleriga (FL)	Cindy Vanessa (FL)	Aljando Arellano (FL)-Mty	José Quiñate (FL)	Francisco J. González (FL) Antonio Moreno (FL) Jorge Sánchez (FL) Miguel España (FL) Tomás Boy (FL) René Sánchez (FL)	Ilana Trujillo (FL)
Enviós Joles Fox		Jessica Flores (FL)			Ricardo Rico (FL)						
		Jessica Flores (FL) Vanya González (FL) Ilana Trujillo (FL) Pera García (FL)			Ricardo Rico (FL)				Ricardo Rico (FL)		

²⁰ Jessica Flores, coordinadora de producción, MVS Deportes, 10 de Diciembre de 2006

Otro aspecto de esta estructura de trabajo son los sueldos. Una persona gana más dinero, entre más producciones tiene. Existe una teoría del “tabulador”, pues en realidad no existe ninguno, el gerente de administración es quien decide cuanto vale el trabajo que se desempeña, a pesar de no estar al tanto de la operación de las producciones.

Por ejemplo, un grabador de lunes a viernes gana más que un grabador que sólo trabaja sábados y domingos. Sin conocer el ritmo de trabajo esto puede parecer coherente, sin embargo la realidad es otra:

Entre semana se reparte el trabajo entre 5 o 6 grabadores además de lunes a viernes por las mañanas se graban cuando más 1 o 2 horas de señal que pudiera servir a las producciones; sin embargo el fin de semana una sola persona está encargada de grabar por lo menos 8 horas de señal imprescindible para todas las producciones. El grado de responsabilidad y esfuerzo no es equitativo, al igual que el sueldo.

Asimismo la responsabilidad no es igual para todos los involucrados en las producciones, un ejemplo es la labor de las coordinadoras de producción.

En MVSTV únicamente hay un coordinador de producción, el resto son mujeres. No existe ninguna mujer productora, no por lo menos en nombramiento y con paga de productora, pero sí con todas las responsabilidades que esto conlleva.

En Deportes una coordinadora tiene como responsabilidades:

- 1) Hacer los presupuestos de una producción
- 2) Cotizar proyectos de acuerdo a las necesidades de los clientes
- 3) Encargarse de que la nómina de la producción sea pagada a tiempo por la tesorería de MVS

- 4) Solicitar gastos (viáticos, casetas, gasolina, hospedaje, etc.)
- 5) Cambiar cheques
- 6) Comprobar los gastos
- 7) Coordinar invitados
- 8) Atender a los invitados (garantizar la entrada a las instalaciones sin problema, que sean maquillados, peinados, microfoneados adecuadamente, ofrecer café, galletas, etc.)
- 9) Organizar la agenda del programa (para reservar equipo, boletos de avión, etc.)
- 10) Reservar servicios de transmisión (microondas, satélite, líneas telefónicas)
- 11) Ingresar servicios de producción (Estudios, cámaras portátiles, etc.) y postproducción (cabinas de edición, musicalización, etc.)
- 12) Atender al talento (conductores, analistas), para que tengan a tiempo la información que deben presentar al aire, que estén bien vestidos y peinados para salir a cuadro y que sus pagos estén al corriente.

En resumen organizar y ejecutar la logística para que un programa salga al aire, otorgar todas las facilidades para que el equipo de producción pueda llevar a cabo sus funciones, además de ser el enlace con el resto de la empresa.

El productor no se hace cargo del contenido informativo del programa ya que para eso existen jefes de información y reporteros. El realizador tiene como responsabilidad afinar todos los detalles para que un programa salga al aire por lo tanto, asigna el trabajo a los editores y supervisa el trabajo en las cabinas de postproducción.

El productor dirige cámaras, si en su proyecto no hay un director de cámaras asignado. Algunos productores no faltan a sus producciones, pero otros dejan toda la responsabilidad a su equipo de trabajo por compromisos personales o porque tienen otra producción simultáneamente.

Para llegar a ser productor es necesario dominar todo el proceso de producción, pero en MVS hay productores que no saben distinguir entre una microonda y una transmisión satelital o no saben editar.

El sueldo sin embargo es muy superior al de una coordinadora, jefe de información o un realizador, por lo menos es el doble. Cuando el director de producción asigna un proyecto importante o complejo llama a la coordinadora, ella se encarga de “armar el paquete”, darle llamado al productor, explicarle las necesidades de la producción y decirle su sueldo. La coordinadora es la que lleva la responsabilidad en caso de error, pero hasta el momento ninguna ha sido nombrada como productora.

Funcionalmente el área de deportes no es lo que parece, pues no existe ninguna descripción de puestos, por lo tanto nadie tiene claro en dónde empieza o termina su responsabilidad. A pesar de los contratiempos y obstáculos las producciones salen adelante con profesionalismo, ética e incluso suerte.

Con sus excepciones, al final del día los programas son una fuente de trabajo que sostiene a muchas familias, los empleados free lance, sindicalizados o de nómina saben que si no hacen bien su trabajo, un proyecto puede desvanecerse en cuestión de minutos y no hablo metafóricamente, en la televisión el tiempo es oro, cualquier retraso cuesta dinero, de ahí el stress que padecen todos los integrantes del staff de producción y operaciones.

Así que a pesar de sus contradicciones laborales, la televisora sí es un negocio, tan es así que clientes tan importantes como Fox Sports le confían a MVS Televisión la producción de eventos que son transmitidos a todo el continente. En el próximo capítulo se describirá paso por paso el proceso para producir un partido de futbol en un torneo como la Copa Sudamericana, para un cliente externo como Fox Sports.

CAPITULO 3

¿CÓMO SE PRODUCE UN PARTIDO DE FUTBOL?

Como se explicó en el capítulo anterior, MVS Deportes al igual que en otras áreas de MVSTV, no tiene manual de procedimientos, tabuladores o asignación de funciones específicas; por lo tanto cada proyecto tiene un proceso de producción distinto, depende del responsable del proyecto coordinar la dinámica de trabajo, asignar funciones y establecer metas. El responsable del proyecto no es necesariamente el productor.

Cabe mencionar que existe un procedimiento administrativo que todas las producciones deben seguir, por lo tanto aunque cada producción es diferente idealmente todas deben de seguir los mismos lineamientos administrativos.

Inicialmente se dirá quien es MVS Televisión y por qué encarga un servicio de televisión a MVSTV. Este servicio por encargo es un partido de futbol, Para explicar cómo se hace un partido de futbol en MVS se presentará un diagrama de procedimientos que muestra el proceso mediante el cual se produce una transmisión de futbol en MVS Deportes, inmediatamente después se dará una descripción más detallada paso a paso de lo que se hizo en específico para la Copa Sudamericana 2006.

3.1 Servicios de televisión por encargo: Fox Sports, el cliente más importante de MVS Deportes

MVS Deportes es un área que aporta capital a la empresa a través de la venta de servicios, aun sin ser su objetivo principal. Su cliente más importante es Fox Sports.

Cabe mencionar que en MVS Deportes no hay una labor de ventas, los clientes "llegan" por recomendación de otros clientes a solicitar los servicios de MVS; una vez que los clientes se ponen en contacto con el área, generalmente es la coordinadora la encargada de atender al cliente.

¿Qué es Fox Sports?

*Fox Sports Latin America y Fox Sports en Español son operadas por Fox Pan American Sports LLC (FPAS), una entidad internacional de producción y programación de deportes, propiedad de Hicks, Muse, Tate & Furst; Fox Entertainment Group (NYSE: FOX) y News Corporation (NYSE: NWS) de Fox Sports International; y Liberty Media Corporation. Fox Sports Latin America es la cadena de televisión por cable de deportes número uno en América Latina y Fox Sports en Español es la primera y principal cadena de televisión de 24 horas de deportes en español de Estados Unidos.*²¹

Fox Sports **Latin America** (Fox LA) y **Fox Sports en Español** (FSE) salieron al aire por primera vez en 1996. Tienen programación casi idéntica, la diferencia radica en que FSE produce un par de programas en Miami, Florida, para la comunidad hispana de Estados Unidos que no son transmitidos por Fox LA.

FSE es un canal de paga que se ve exclusivamente en Estados Unidos a través de los sistemas de cable local, Directv y Dish Network Satellite. La cobertura de Fox LA abarca México, Centroamérica y el Caribe. La señal para Sudamérica es producida por Torneos y Competencias en Buenos Aires, Argentina, y también utiliza el nombre Fox Sports.

La programación de Fox LA se produce de la siguiente forma:

En los Ángeles, California, se produce el *Beisbol de Grandes Ligas (BML)*, *Fórmula 1*, *Champ Car World Series*, *Nascar Busch*, *Futbol Americano de la NFL*, *Futbol de Inglaterra (Liga premier)*, *Futbol Italiano (Serie A)*, *Boxeo*, *partidos de la selección nacional de Estados Unidos* y *La última palabra*

En México D.F. se hacen producciones originales de Fox Sports a través de varias casas productoras:

MVS Televisión: *Diario Fox Sports*, *Copa Sudamericana*, *Copa Libertadores*, *Luchas del CMLL*, *A primera vista*, *Fox gol México*

²¹ <http://www.hispanicprwire.com/news.php?>, 16 de febrero de 2007

T.V. Imagen: Palabra del deporte

TV Azteca: Tuzoccer

En 1998 Fox Sports inicia la relación comercial con MVS, se le encarga al productor Vicente Navarro la producción de partidos de futbol mexicano de la primera división para transmitirlos para Fox LA y FSE. La señal del juego era generada por Televisa y la narración y gráficos para Fox eran producidos por MVS.

Es hasta dos años después, en noviembre del 2000, cuando a MVS se le encarga la primera producción en donde los productores, conductores, reporteros, equipo técnico y línea editorial eran de MVS: Fox Sports Noticias.²²

Torneos de futbol exclusivos de Fox Sports en 2006:

INTERLIGA, enero: 8 equipos mexicanos se disputan dos pases a la Copa Toyota Libertadores. Todos los partidos se juegan en Estados Unidos.

COPA TOYOTA LIBERTADORES, de febrero a mayo y de julio a agosto: La Copa Toyota Libertadores es el evento oficial de la Confederación Sudamericana de Futbol (CONMEBOL). Este torneo es reconocido por su prestigio y tradición. Es el Torneo a nivel de clubes más importante de América. En él participan 36 equipos de 11 países durante 5 meses de competencia.

COPA NISSAN SUDAMERICANA, agosto a diciembre: En este torneo de 64 partidos compiten 24 equipos de 10 países de sudamerica, México y Estados Unidos. Los partidos se juegan a visita reciproca.

RECOPA, agosto: Es un torneo en donde se enfrentan el campeón de la Copa Toyota Libertadores y el campeón de la Copa Nissan Sudamericana.

CONCACAF COPA DE CAMPEONES, marzo a mayo: Torneo internacional en el cual participan equipos del Caribe, Norte y Centroamérica. Los 2 finalistas califican automáticamente a la copa Sudamericana.²³

²² Entrevista realizada con Quitarte, José; Realizador, MVS Deportes, noviembre 2006, México D.F.

²³ <http://www.livesoccertv.com/FOX-Sports-en-Espa>, 18 de febrero de 2007

La logística de estos torneos es orquestada en gran medida por Fox Sports ya que el calendario de los partidos es determinado por los espacios en la programación de la televisora.

Estas competencias son avaladas por la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), una asociación con mucho peso dentro de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) simple y sencillamente porque entre sus socios se acumulan a diez campeones mundiales y su sello característico es producir futbolistas.

Debido a su ubicación geográfica México es miembro de la Confederación del Norte, Centro América y el Caribe (CONCACAF). Esta confederación no tiene ningún campeón mundial y la relevancia a nivel internacional es mínima, el nivel futbolístico de la región es pobre. A pesar de los logros obtenidos por la selección norteamericana de fútbol, México es el equipo fuerte.

Para México pertenecer a CONCACAF no es buena noticia, ya que si se aspira a tener logros internacionales importantes se tiene que elevar la calidad de juego, esa es por lo menos la línea a seguir por la Federación Mexicana de Fútbol (FEMEXFUT) y desde 1993 se ha esforzado porque México participe en competencias Sudamericanas como la Copa América, el torneo internacional más antiguo del mundo y de más relevancia entre las selecciones nacionales de América (aunque sólo se haya disputado entre sudamericanos de 1916 hasta 1993²⁴).

A nivel Clubes la Copa Libertadores es el torneo más importante del continente y los equipos Mexicanos tuvieron que comprar eliminatorias ante equipos Venezolanos para poder tener 2 lugares en la Copa Libertadores de 1998 a 2004.²⁵

²⁴ <http://www.peru.com/futbol/copaamerica/2004/historia>, 24 de febrero de 2007

²⁵ <http://www.consejeros.com.mx/america/copalibertadores.html>, 24 de febrero de 2007

Es entonces cuando surge el Torneo Interliga, transmitido por Fox Sports y con el aval de CONMEBOL para que los clubes de México tengan dos sitios en la Copa Libertadores a partir de ese mismo año.²⁶

Es importante mencionar que ni Televisa ni TV Azteca han podido ser parte directa de estas negociaciones, a pesar de ser dueñas de equipos que juegan las diversas copas transmitidas por Fox y avaladas por CONMEBOL.

Estas televisoras han tenido que aprender una nueva dinámica en donde no son ellos los dueños de la señal, ni los productores del evento no deciden sobre arbitrajes, cambios de horarios y fechas; por el contrario, ellos tienen que adaptarse a las reglas que impone Fox Sports.

El camino se ha allanado para los equipos mexicanos no sólo porque en la cancha han demostrado ser competitivos. En este proceso los mexicanos que viven en los Estados Unidos han conseguido que Fox Sports apoye a los clubes no por caridad sino porque les representan un incremento sustancial en los niveles de audiencia.

A continuación algunos datos sobre los ratings de los torneos en Fox Sports en Español en 2005 (sólo Estados Unidos):

Tres de los shows exclusivos de la copa Toyota Libertadores en el primer cuarto de 2005 promediaron household de 6.0 no solo en el ranking acumulado de los diez primeros lugares de programas de habla hispana, sino a la cabeza de todas las cadenas deportivas que transmiten en español, de acuerdo con datos de Nielsen Media Research.

La segunda ronda de la Copa Toyota Libertadores en el partido que Pachuca de México derrotó al Sporting Cristal de Perú entregó una sólida cobertura de 3.24 entre los hombres hispanos entre 18 y 49 años y posicionó a Fox Sports en Español dentro del top 25 de los programas más vistos de todos los tiempos en el número 25 (entre hombres de 18-49 años).

Completando la tripleta de triunfos para FSE dos noches seguidas de mayo los juegos de la Copa Toyota Libertadores entre el Club Chivas de Guadalajara y el Cobreloa de Chile alcanzó un excepcional 5.15 de rating entre hombres de 18-49 y también un sólido 3.78 entre adultos de la misma edad (hombres y mujeres).

La Copa Toyota Libertadores de 2005 en FSE tuvo ratings exitosos porque dejó encarrerados a los televidentes desde el Torneo Interliga en el cual dos equipos mexicanos tenían pase directo al

²⁶ <http://www.interliga.com/sum/interliga/es/history/>, 24 de febrero de 2007

prestigiado torneo libertador, simplemente el juego de la final Chivas vs. Jaguares, arrojó una cobertura de rating de 6.7, lo que represento un séptimo sitio en el porcentaje de audiencia nacional (en USA) en la semana del 10 al 16 de Enero de 2005.

Copa Nissan Sudamericana:

En 2005 participaron por primera vez equipos de México (perteneciente a la CONCACAF) motivo que condujo a FSE a tener una impresionante ganancia de ratings en comparación con años anteriores. De acuerdo con Nielsen Media Research, combinados con la audiencia local hispana de las cuatro rondas de transmisión en vivo de futbol soccer aumentaron de 2004 a 2005 en 533%.²⁷

Para Fox Sports la participación de equipos mexicanos en sus torneos exclusivos ha representado un incremento de audiencia; un factor determinante son los mexicanos que viven en Estados Unidos.

En 2004 Fox Sports le encargó la producción de los torneos Copa Sudamericana y Copa Libertadores a MVSTV.

3.2 ¿Cómo se hace el futbol en MVS Deportes?

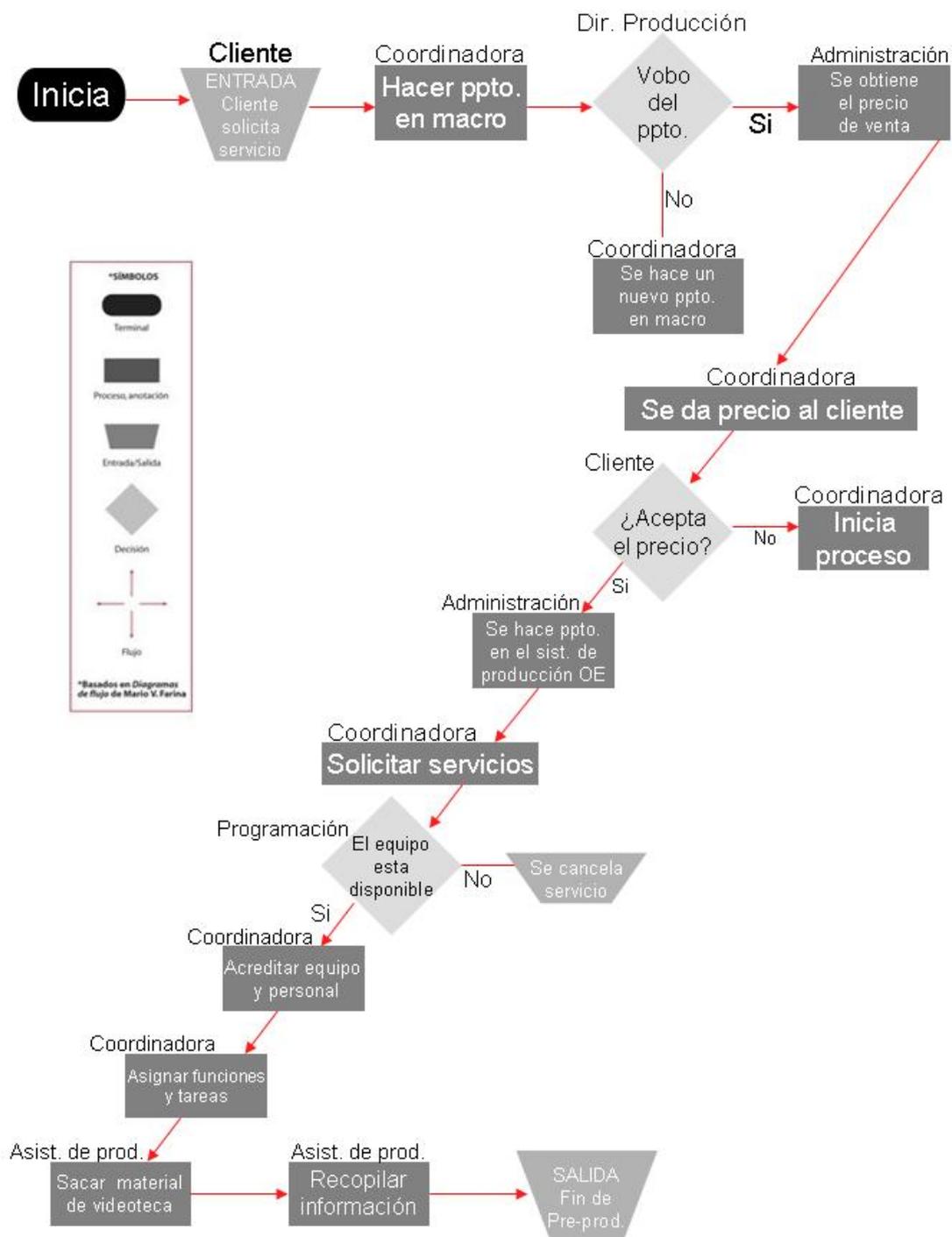
A continuación se presenta una guía de procedimientos para hacer más gráfica la explicación de cómo se hace una producción en vivo como el futbol.

Pre - producción, guía de procedimientos

La primera gráfica representa el procedimiento previo a una transmisión de televisión. La planeación es el cimiento sobre el cual se construye un evento, no debe dejarse al azar ningún detalle y es en la pre-producción el momento adecuado para resolver las dudas y tratar de anticiparse a los posibles problemas.

En el apartado 3.3 de este trabajo se encontrará el detalle de los pasos que se incluyen en el diagrama.

²⁷ <http://www.livesoccertv.com/FOX-Sports-en-Espa>, 18 de febrero de 2007

Pre - producción, guía de procedimientos²⁸

²⁸ Mario V. Farina, Diagramas de flujo, México, editorial Diana, 1981, pág. 141

Producción, guía de procedimientos

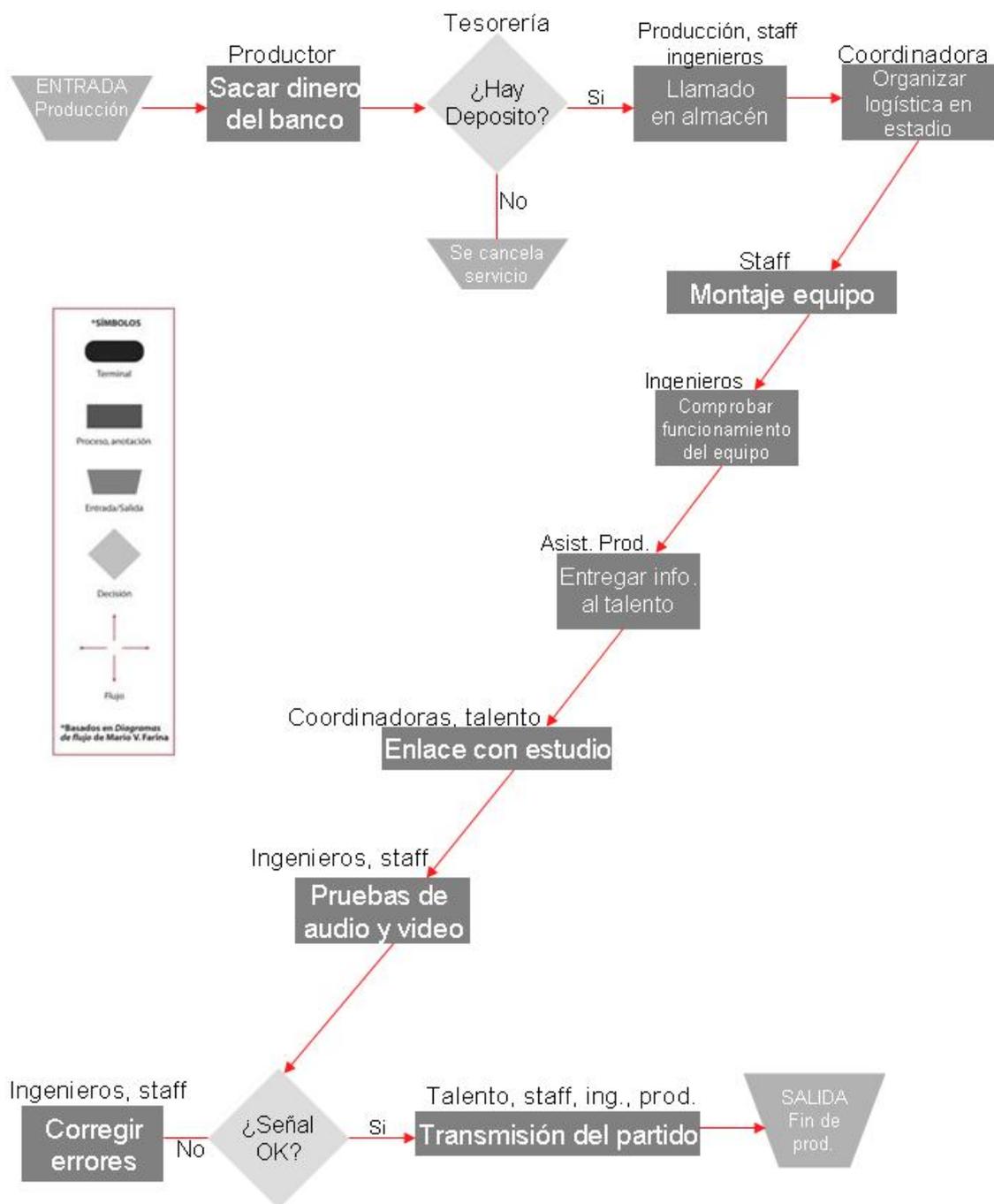
La producción es irónicamente el momento más relajado para el equipo de producción. En esta instancia se integra el personal de otras áreas (staff, talento, ingeniería) y todas tienen una asignación por lo tanto, el equipo de producción que ya hizo su trabajo más pesado en la pre - producción debe supervisar que el evento salga conforme a lo planeado.

Sin embargo se debe tomar en cuenta que el proceso de producción no es lineal, se puede decir que la constante en una transmisión de televisión es el cambio y lo inesperado, por lo tanto la guía de procedimiento es un parámetro que intenta aproximar y darle un orden a una transmisión de MVS Televisión.

En MVS no existe manual de procedimiento de producción, las políticas que existen han sido creadas arbitrariamente por cada departamento y generalmente no son congruentes entre si, por lo tanto obstruyen el flujo de una producción.

En los incisos 3.3.1 y 3.3.2 se proporcionan a detalle las exigencias de una transmisión en vivo o grabada.

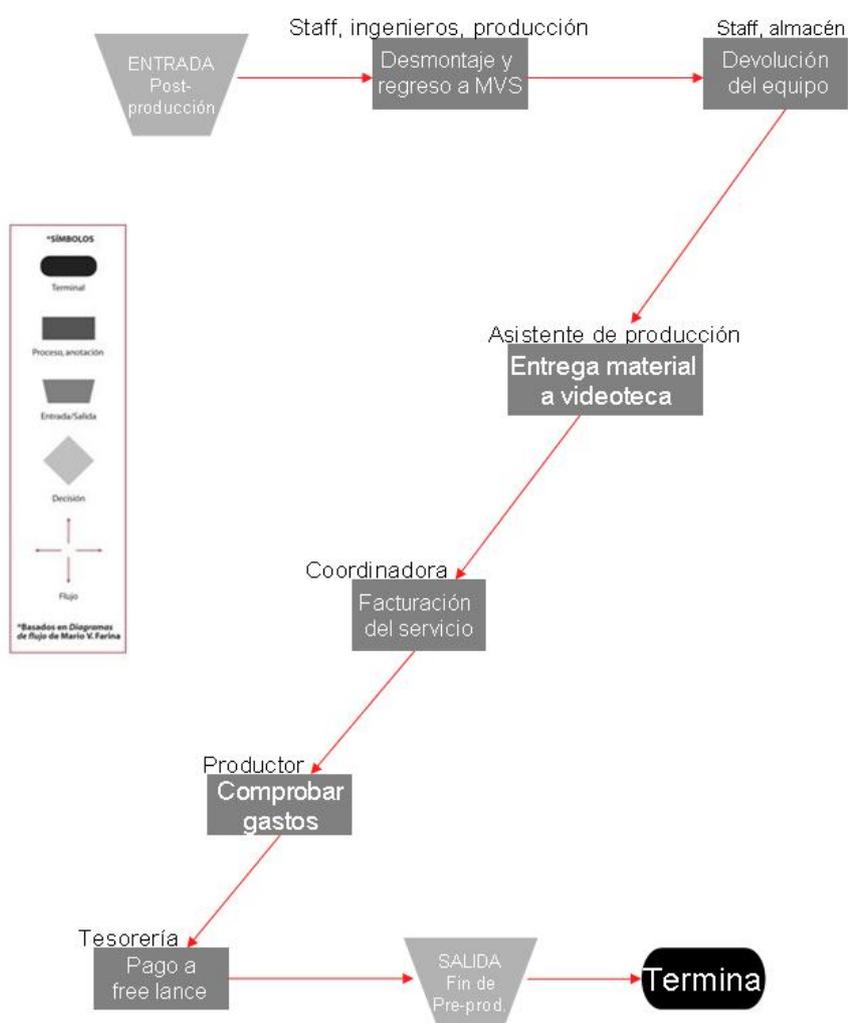
Producción, guía de procedimientos²⁹



²⁹ *Ibíd.*

Post - producción, guía de procesos³⁰

Las últimas instancias de un evento. Aquí se cosecha lo sembrado en la pre-producción y en la transmisión del partido. Si el producto no es del agrado del cliente, el pago a la empresa y el sueldo de los free lance no están garantizados; así que aunque sea el final del partido los involucrados no pueden descuidar ningún detalle hasta que el servicio se de oficialmente por terminado.



³⁰ *Ibíd.*

3.3 Producción de la Copa Sudamericana 2006

El proceso para realizar la Copa Sudamericana del 2006 fue así:

Solicitud del servicio:

La empresa sudamericana *Torneos y Competencias* a través de Horacio Margüilles le solicitó por e-mail a Vanya González, coordinadora de producción de MVS Deportes, un presupuesto para realizar la producción de los partidos que se jugarían en México.

Los requisitos de esta producción eran: 8 cámaras para generar la señal internacional³¹ de audio y video, una línea telefónica y transmitir a Sudamérica.

Raúl Palma (Vicepresidente de producción de *Fox Sports Internacional*, en Los Ángeles, California) le pidió a la misma coordinadora que le enviara un presupuesto para realizar los unilaterales³² en los partidos que jugaran los equipos mexicanos en el torneo.

Los dos equipos mexicanos que participaron en la *Copa Sudamericana del 2006*³³ fueron Pachuca y Toluca.

³¹ La señal internacional es la imagen que se obtiene de la mezcla de las 8 cámaras que se utilizan alrededor del campo de juego, sin comentaristas a cuadro o en pantalla. El audio internacional es la mezcla del audio captado con micrófonos ambientales instalados en la cancha sin narración de comentaristas. En este caso se utilizó una unidad móvil exclusivamente para producir esta señal internacional. La transmisión también se realizó en una unidad satelital exclusiva para este propósito, que transmitía al satélite PAS 3 en banda KU.

³² El unilateral es la señal que se genera al combinar el video internacional y dos cámaras más. Una que toma los conductores en el palco y otra que sigue al comentarista en cancha. El audio se consigue mezclando el audio internacional y la narración de los comentaristas. Se utilizó una unidad móvil independiente a la que producía la señal internacional, además de que esta unidad contaba con transmisión independiente a Los Ángeles. Es muy importante que en un unilateral los comentaristas puedan interactuar con otra transmisión, ya sea en estudio o en otro estadio. Esta interacción se logra a través de las líneas telefónicas, no del satélite.

³³ De los torneos que se producen en MVS decidí relatar mi experiencia en la Copa Sudamericana del 2006 por 2 razones fundamentales: la producción en campo se hizo bajo mi cargo, es un producto mío en su totalidad y además fue el primer torneo internacional ganado por un club mexicano: Pachuca.

Vanya González fue la líder de proyecto, ella diseñó el plan de trabajo y seleccionó al personal que trabajó en dicha producción.

En esta producción trabajaron dos coordinadoras: Vanya González y una servidora, Jessica Flores. Las coordinadoras nos encargamos de cotizar todos los servicios y planear la logística necesaria para realizar el servicio que los clientes habían encargado.

La cotización se hizo a través de un software llamado “Scott” o sistema de cotizaciones, comúnmente conocido como “macro”.

Macro³⁴:



Como se puede apreciar en la grafica siguiente, *la macro* tiene todos los elementos necesarios para realizar una producción. Los recursos técnicos y

³⁴ MVS Televisión, documento interno, 25 de febrero de 2007

humanos conforman un equipo, a este “paquete” se le llama *kit*. Existen kits de producción y postproducción.

Macro³⁵:

Imprime Cotización
25 febrero 2007 Folio: E07-0517
Fecha: 22/02/2007

MVS TELEVISION

Proyecto: COPA DE CAMPEONES
Representante: SERGIO JUAREZ CARMONA
Cliente: FOX SPORTS INTERNACIONAL
Observaciones: PARTIDOS DE VISITA NARRACION Y VESTIDO EN ESTUDIO

PRODUCTORES

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
PRODUCTOR			1	3.000,00	
COORDINADORA ASISTENTE			4	1.200,00	

TALENTOS

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
COMENTARISTA			1	6.765,00	
REPORTERO			1	750,00	

GASTOS DE VIAJE

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
Gastos Menores (Varbs)	1			500,00	
Alimentos Staff	1	1	22	38,00	

INSTRUMENTOS TRANSMISION

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
Seguimiento Satelital Banda C				2.000,00	2,5

KITS VIDEO

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
ESTUDIO 2	1				3,5

KITS POST-PRODUCCION

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
AUDIO 1	1				1
DISÑO SET VIRTUAL	1				8
POOL	1				12
RECEPCION DE SEÑAL VELOCITY	1				3

CINTAS

Descripción	Unidades	Días	Personas	Costo	Horas
VIDEO CASSETTE BETA CAM DE 60' SP	2				

La coordinadora debe tener el conocimiento técnico para evaluar qué equipo es el más adecuado para su producción.

En caso de que la coordinadora tenga dudas técnicas puede acercarse a los ingenieros de producción.

En este paso pueden ocurrir dos cosas:

³⁵ MVS Televisión, *documento interno*, 25 de febrero de 2007

- 1) El ingeniero consultado da la orientación necesaria, advierte de posibles obstáculos pero ofrece soluciones al alcance de la producción.
- 2) El ingeniero ofrece soluciones que de antemano sabe no son accesibles para la producción o que resultan tan caras que será improbable que el cliente pague las demandas de los ingenieros.

Este comportamiento es comprensible más no justificable ya que el ingeniero es el responsable del buen funcionamiento del equipo y el staff en una producción. El equipo de MVS no es nuevo y por lo tanto los ingenieros tratan de protegerse lo más que pueden porque saben que en caso de error lo que estará en juego es su permanencia en el trabajo.

Visto Bueno

Al terminar la macro, la coordinadora debe acudir al director de Operaciones y producción, Carlos Marroquin Santos. Él autorizó todas las macros y estableció los precios de venta que se le entregaron a los clientes.

Precio de venta

Como se observa en la macro³⁶, la coordinadora no puede determinar cuanto cuesta un servicio, pues no se tiene acceso a esa información; únicamente puede poner el número de horas que se utilizará un kit, cuánto dinero necesita para alimentos, casetas, gasolina, hospedaje, boletos de avión, etc.

Es Ana Luz Arias Muhedano, del departamento, *Administración de producción* la responsable de establecer los costos y márgenes de ganancia que tendrá el servicio que cotizó la coordinadora de producción. Los precios de venta determinados por ella fueron la base a partir de la cual Carlos Marroquín negoció el precio con los clientes.

³⁶ Ver página 29 de esta tesina.

La gráfica que se presenta a continuación muestra el formato "Precio de venta", en él se podrá observar que hay dos precios de venta. El precio de venta piso indica cuál es el mínimo que se puede cobrar al cliente, el precio techo³⁷ ofrece una referencia para poder hacer una negociación; obviamente el precio techo no tiene que ser respetado pues entre más caro sea vendido un servicio más ganancia tendrá la empresa.

Ejemplo del formato **precio de venta**³⁸

MVS
TELEVISION

03/02/06

VALUACION VESTIDO PARTIDO DE FUTBOL EN ESTUDIO 2 (2 CONDUCTORES)

MACRO 634

Citras en Pesos Duración x Programa

	PRECIO DE VENTA PISO		PRECIO DE VENTA TECHO	
Kit's de Producción	\$ 7,899	15%	\$ 8,426	15%
Kit's de Post Producción	\$ 12,654	25%	\$ 13,498	25%
Segmento Satelital Banda "C"	\$ 7,500	15%	\$ 8,000	15%
Kit's de Post Producción	\$ -	0%	\$ -	0%
Gastos de Viaje	\$ -	0%	\$ -	0%
Cintas	\$ 438	1%	\$ 468	1%
Equipo de Producción	\$ 12,750	25%	\$ 13,600	25%
Talentos Externos	\$ 4,500	9%	\$ 4,800	9%
Productor Asociado	\$ -	0%	\$ -	0%
Elementos Adicionales	\$ -	0%	\$ -	0%
Tiempo Aire	\$ -	0%	\$ -	0%
Gastos de Funcionamiento	\$ 4,707	9%	\$ 5,021	9%
Derechos	\$ -	0%	\$ -	0%
Gastos Menores y Consumos	\$ 1,140	2%	\$ 1,216	2%
Otros Servicios Externos	\$ -	0%	\$ -	0%
Servicio de Hoteles	\$ -	0%	\$ -	0%
Servicio de Coffe Break	\$ -	0%	\$ -	0%
Servicios de Renta de Equipo Hoteles PS	\$ -	0%	\$ -	0%
Lineas Telefonicas	\$ -	0%	\$ -	0%
Insumo Diverso Segemento Satelital KU	\$ -	0%	\$ -	0%
Insumo de Renta Equipo de Transmisión	\$ -	0%	\$ -	0%
Renta de Equipo	\$ -	0%	\$ -	0%
Instalación y Desinstalación Equipos DTH	\$ -	0%	\$ -	0%
Asistencia Técnica	\$ -	0%	\$ -	0%
Servicios Correctivos	\$ -	0%	\$ -	0%
Compra de equipo	\$ -	0%	\$ -	0%
% Costos Indirectos	\$ -	0%	\$ -	0%
Costo Total por Programa	\$ 51,589	100%	\$ 55,028	100%
Productor				
No. De Programas	1		1	
Precio de Venta por Programa	\$ 51,589		\$ 55,028	
Costo por Programas	\$ 34,393		\$ 34,393	
Utilidad Bruta	\$ 17,196		\$ 20,636	
% de Utilidad Bruta	33%		38%	
Costo Externo (Flujo por Programa)	\$ 12,552		\$ 12,552	
Precio de Venta Total	\$ 51,589		\$ 55,028	
Costo Total por 26 programas	\$ 34,393		\$ 34,393	
Costo Externo (Flujo por 26 programas)	\$ 12,552		\$ 12,552	

*costo
\$5,500 USD
+ IVA.*

³⁷ El precio techo es una sugerencia del precio máximo en el cual se puede vender un servicio; esta sugerencia resulta de la investigación de mercado que ha hecho MVS respecto al precio de su competencia.

³⁸ MVS Televisión, documento interno, 25 de febrero de 2007

Una vez que *Torneos y Competencias* y Fox Sports Internacional autorizaron por escrito los precios de venta, *Administración de producción* entregó una OE, es decir una **O**rden de trabajo **E**xterna, o sea una solicitud de servicio de un cliente que está dispuesto a pagar por un servicio.

El sistema de producción genera las órdenes de trabajo. Una orden de trabajo para un cliente externo se abrevia con las siglas *OE*; una *OE* implica que el servicio tiene que ser facturado. Una orden de trabajo interna *OI* significa que la producción es interna, que se está haciendo para alguno de los canales de MVSTV y por lo tanto no se le cobra a nadie, pero sí existe un archivo de esas cotizaciones ya que utilizan los recursos de la empresa.

Esta cotización de producción se genera 1 o 2 días después de que se entrega el precio de venta a administración de producción. El sistema de producción es una especie de semáforo, antes de llegar a tener una OE no se puede pedir ningún servicio, cuando se tiene una OE, se tiene la luz verde para trabajar.

Una OE es una clase de fianza, esta fianza permite al equipo de producción solicitar todos los servicios a la empresa, no solamente el equipo técnico sino servicios de proveedores externos como pueden ser boletos de avión, líneas telefónicas o tiempo de satélite.

En la página siguiente se presenta la carátula del formato cotización del sistema de producción de un cliente externo.

Carátula de cotización de producción³⁹

Cotización de Producción.

(Hoja Resumen)

Responsable: GONZALEZ TORRES VICTOR
 Proyecto: COPA SUDAMERICANA 2006 SEM 39
 Cliente: 4,596 AX01 TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A.
 C.C. Originador: 11507 PRODUCCION CANALES
 C.C. Solicitante: 11103 CONTENIDO DEPORTES
 Subcentro Util: DDEPT PRODUCCION DEPORTES

Folio:	CE-07.285-2006
Fecha:	13/11/2006

OE 6993

	Costo Total	Precio Venta Total
Kits de Producción / Postproducción	\$7,138.81	\$10,798.95
Gastos de Viaje y menores	\$6,026.00	\$11,900.00
Cintas	\$292.32	\$438.48
Productores, Talentos Externos y Freelances	\$15,215.00	\$28,900.00
Gastos Indirectos	\$0.00	\$0.00
	\$28,672.13	\$52,037.43
	\$28,672.13	\$52,037.43

Observaciones: PARTIDO PARANAENSE VS PACHUCA 15 DE NOVIEMBRE 2006


Firma Responsable


Firma Solicitante o Cliente

³⁹ MVS Televisión, documento interno, 25 de febrero de 2007

Solicitud de servicios

La coordinadora de producción debe ponerse en contacto con el área llamada *Central de programación* para saber si el día en que necesita las unidades móviles están disponibles.

Central de programación tiene políticas específicas para contestar a una solicitud de disponibilidad. Tiene que hacerse de lunes a viernes antes de las 12:00 hrs. por escrito o vía telefónica.

La disponibilidad puede checarsé también en una junta que organiza programación los lunes en la mañana; cabe señalar que de nada sirve revisar la disponibilidad si al mismo tiempo no se reserva el equipo en cuestión, ya que puede haber otra producción que solicite la misma unidad móvil o equipo para el mismo día pero para otro cliente. En otras palabras, el que llega primero gana.

De no haber disponibilidad el equipo deberá rentarse; sin embargo, las cotizaciones en MVS aumentan un 70% (margen de ganancia) al costo que el proveedor da a su servicio, por lo tanto el cliente final recibe una cotización tan inflada que muchos se deciden por una opción mas barata y prescindir de los servicios de MVS.

En general si un equipo no está disponible en MVS, se decide cancelar el servicio.

La forma para garantizar la reservación de las unidades es por medio de una solicitud en el SPS. No se puede ingresar una solicitud sin un número de OE, éste número funge como una contraseña para pedir los servicios de producción y postproducción (Unidades móviles, Estudios, cabinas, etc) .

Como se puede ver a continuación, este formato indica la fecha, locación y el equipo que saldrá del almacén.

Solicitud de unidad móvil en el SPS⁴⁰:

Sistema de Programación de Servicios Despliegue d

Solicitud de Servicio de Producción

No. de Presupuesto OE 6890

Canal o Cliente TORNEOS Y COMPETENC

Tipo de Servicio Unidad Movil 07

Número de Folio 19174

Fecha de Solicitud 27/10/2006 13:59:28

Nombre de la Producción COPA SUDAMERICANA 2006

Centro de Costos 11103

Nombre del Productor/Responsable VICTOR

Periodo del servicio Inicio: 01/11/2006 12:00 Fin: 01/11/2006 23:59

Llamado en MVS 12:00 Viaje

Llamado en Locación 00:00

Locación toluca

Equipo Personal Técnico Rentado Vehículos Transmisión Ocasional Microondas

Kits

Kit	Cantidad
MALETA LOWEL 4	1
UNIDAD MOVIL 07	1

Equipo Adicional

Equipo	Cantidad

Observaciones

horario real 12:00 a 00:30 hrs. Equipo adic: Antena Mas Tv, 2 bodypacks. Llamado del staff a las 12:00 hrs La UM07 y el up link 11 vienen de Pachuca y se ligan a Toluca, el Autobus con el staff regresa el mismo dia. La UM 07 y el up link 11 regresan

Status PROGRAMADA

Solicitud de estudio en el SPS⁴¹:

Imprime Salir

MVSTV **Producción** **Solicitud de Servicio**

Estudio 2 con set virtual Folio 62319 Fecha 16/11/2006

Productor / Responsable VICTOR Periodo de Servicio Inicio: 21/11/2006 17:30 Fin: 21/11/2006 21:30

Nombre de la Producción COPA SUDAMERICANA 2006 SEM 39

OJ / OE OE 6894 Cliente FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, IN CCC 11103 Llamado en MVS 17:30

Locación MVS Llamado en Locación 17:30 Status PROGRAMADA

Equipo

Cant.	Descripción
1	ESTUDIO 2

Equipo Adicional

Cant.	Descripción

Personal Técnico

Cant.	Descripción
1	Asistente de Cámara y Gral.
2	Camarógrafo
1	Floor Manager
1	Iluminador
2	Ingeniero de Producción
1	Maquillista
1	Microfonista
1	Montador de Escenografía
1	Musicalizador
1	Operador de Audio
1	Operador de Switcher
1	Operador de DVE
1	Operador de Set Virtual

Vehículo

Cant.	Descripción

Observaciones

RESPONSABLE DE LA OS: LEONARDO ROSAS

⁴⁰ MVS Televisión, *documento interno*, 27 de octubre de 2006

⁴¹ MVS Televisión, *documento interno*, 27 de octubre de 2006

En la Copa Sudamericana 2006 se utilizó un camión de pasajeros de 40 plazas, el cual transportaba a la gente y el equipo, una unidad móvil de producción a 8 cámaras, una unidad de transmisión en banda KU y una unidad dual que al mismo tiempo puede producir y transmitir.

En el SPS también se ingresan las solicitudes de transmisiones. Con el cliente se tiene que confirmar cuánto tiempo debe durar el programa; generalmente en una producción de futbol existe un previo, después el partido y al final lo que se llama “*post game*”, es decir los comentarios finales y resumen del partido.

Para que una transmisión satelital se lleve a cabo es necesario detallar lo siguiente: Fecha del evento, incluyendo el horario GMT⁴²

- Hora de inicio
- Hora de término
- Lugar de origen de la señal
- Lugar destino de la señal.
- Banda en la cual se va a transmitir⁴³
- Satélite que se va a usar

Central de programación entrega los datos del segmento espacial⁴⁴ de la siguiente forma:

⁴² La hora del Tiempo Universal Coordinado (TUC) o Greenwich Meridional Time (GMT) en inglés, es el estándar internacional para medir la hora del mundo; todos los husos horarios se definen a partir de la hora de Greenwich. http://es.wikipedia.org/wiki/Huso_horario, 14 de abril de 2007.

⁴³ Existen dos clasificaciones de satélites usados en transmisiones:

- Satélites banda-Ku que utilizan frecuencias entre 11 y 12 GHz.
- Satélites Banda-C que utilizan frecuencias entre 3,7 y 4,2 GHz y desde 5,9 hasta 6,4 GHz

<http://www.internetcampus.com/span/typ065.htm>, 14 de abril de 2007

⁴⁴ Segmento espacial: Es el tiempo de satélite que es comprado a alguna de las empresas con las que generalmente trabaja MVSTV Satmex o Panamsat. El satélite que se usa para enviar señal a Estados Unidos o dentro de México es el Sol2, de Satmex. El satélite que se usa para enviar señal a Sudamérica es el PAS9 y es propiedad de Panamsat. El satélite que se usa para una transmisión depende del origen de la señal y el destino ya que cada satélite tiene un área de cobertura determinada.

Hoja de parámetros satelitales⁴⁵

BOUCHA

Intelsat Corporation **11232006-286**

Broadcast Service Order

Customer Information

Customer: MVS - Television S.A., C.V. Blvd. Puerto Aereo 486 Colonia Moctezuma 2da. Seccion Delegacion Venustiano Carranza 15530 México Distrito Federal MEXICO	Contract: 2 (Mexico Uplinks) Attn: Arturo de Alba Espinosa E-Mail: Phone: 5255-764-8301 Fax: 525-764-8100
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Order Information

Ordered By: Rubisel Melo Sanjuan E-Mail: rubisel.sanjuani@mvs.com Phone: 57 64 82 09 ext 5007 & 5008 Fax: 57 64 82 40	Order Status: Confirmed by Rubisel Melo Sanjuan PO #: Order Received By: Suzanne Boardray Date Received: 11/17/2006 19:40 (GMT) Order Printed: 11/17/2006 19:41
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Service Details

Service desc.: Copa Sur Americana-Toluca Start date/time: 11/23/2006 00:45 (GMT) End date/time: 11/23/2006 04:15 (GMT) Approx.: Yes Approx. Duration: 15 (min.)	Secondary desc.: Special Event:
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

PLEASE NOTE:
All approx out minutes will be added to total billable time if this service is not goodnighted with Intelsat.

Routing
(Billable items listed below in **bold** characters)

Resource	Phone	Fax
MEX-1354 MVS Telerey 2.4M KU TES Band Type: Ku-Band	525 785 2115	525 764 8283
PAS-3/15K-07C SCPC Slot "A" (43' W) U/L: 14441.000 MHz Vertical D/L: 3892.000 MHz Vertical Allocated Bandwidth (MHz): 9.000		

All services provided hereunder are subject to Customer's Master Services Agreement, Broadcast Services Agreement or Video Requirements Service Agreement (as the case may be) or such other agreement as the parties have mutually designated in writing, and in the absence of any such agreement, shall be subject to the terms and conditions of Intelsat's Master Services Agreement as posted on http://www.panamsat.com/customer_support/legal_agreements.asp.

For Satellite Access, Goodnights, or Trouble Reports, please call the Intelsat **Network Operations Center at 404-381-2600 or 800-321-3959** Intelsat Access Procedures, in multiple languages, at http://www.panamsat.com/customer_support/access_procedures.asp

* **IMPORTANT: Customers & uplinks calling for access and goodnights should provide the Intelsat BSO number!** *

To schedule services, please contact the Intelsat Global Scheduling Center (GSC) at **404-381-2340 or 888-442-4887** (U.S. toll-free), **404-381-2335** fax, or e-mail your requests to: bookings@intelsat.com

Thank you!

Page

⁴⁵ MVS Televisión, documento interno, 17 de noviembre de 2006

Solicitud de líneas telefónicas:

Las líneas telefónicas son imprescindibles para una transmisión en vivo. Los teléfonos son básicos para poder realizar la producción, no solamente porque sirven para coordinar el enlace sino porque enrutar el audio de la transmisión por teléfono evita retrasos en el audio que se manda del satélite y entonces la interacción del estudio con el estadio es simultánea, en tiempo real y no como a veces en los noticiarios que el conductor va en la pregunta dos y el corresponsal apenas escuchó la pregunta uno.

El servicio se debe pedir internamente en MVS al área de *Telefonía*; ellos a su vez solicitan las líneas ocasionales a Telmex. Tanto en el Estadio Hidalgo de Pachuca como en el Nemesio Diez de Toluca se instalaron en cada partido 3 líneas telefónicas, dos fueron para la producción de Cono Norte y otra para la producción de Cono Sur de Fox Sports.

Solicitud de gastos menores

Para poder salir a Pachuca y a Toluca la producción consideraba los gastos de casetas, diesel, gasolina de las unidades móviles, el hospedaje y alimentación del staff.

La coordinadora hacía una solicitud que amparaba todos estos gastos y MVS entregaba un cheque a nombre del productor, dichos gastos se comprobaron al final del evento.

Solicitud de boletos de avión

Elmur Souza es un reportero que vive en Guadalajara. Fox Sports dio la indicación que él fuera el reportero de cancha en todos los partidos que se transmitieran para Fox. Ya que los partidos se desarrollaron tanto en Toluca como

en Pachuca se tuvo que tramitar un boleto de avión para este reportero en cada partido.

La coordinadora realizó las requisiciones de boleto de avión y las tramitó ante el departamento de *Adquisiciones* quienes se encargaron de comprar los boletos a la aerolínea.

Acreditaciones y permisos

En cada partido se tuvo que informar al Estadio o al Club que MVS era el encargado de la producción del partido para Fox. Por medio de un fax o un e-mail se les detalló el número de personas y acreditaciones de tribuna o cancha que eran necesarias y el acceso para el montaje de cámaras y micrófonos.

En el Estadio Nemesio Diez de Toluca, el jefe de prensa, Mauricio Garduño, siempre argumentó dos cosas: que nunca recibía la solicitud de acreditación (que mandábamos por fax y mail y que su propio equipo nos confirmaba de recibido), y también se quejó de la cantidad de personal de MVS en comparación con Televisa⁴⁶ que no llevaba tanta.

Nuestra respuesta era que Televisa generaba una señal para su telepuerto y Fox-MVS tenía que producir dos señales, una para cono norte y la otra para Sudamérica; De cualquier forma él entregaba menos acreditaciones a pesar de que acudía la gente exacta para producir y que todos tenían doble función.

Al final en el estadio de Toluca el staff no tuvo restricciones porque se prestaron las acreditaciones, de otra forma era muy difícil convencer a la policía o a los elementos de seguridad de permitir el paso.

En el estadio Hidalgo de Pachuca el trato fue totalmente distinto. Cuando llegábamos no había nadie que nos recibiera. Después de un rato de tocar la

⁴⁶ Televisa transmite los partidos de Toluca en el Torneo Mexicano.

puerta aparecía el velador, nunca supe si le avisaban que íbamos a transmitir un partido pues la directiva del Pachuca jamás contesto algún mail, fax o llamada telefónica, pero el velador siempre accedió a abrir las puertas que le pedí abrir.

Recopilación de información:

Una vez que las solicitudes de todos los servicios estuvieron hechas, fue necesario recopilar todos los datos, tanto los números de teléfonos, los parámetros satelitales⁴⁷, reservaciones de hotel y de avión, etc.

Uno o dos días antes de cada partido se reunía toda la información; las coordinadoras corroborábamos que no hubiera asuntos pendientes para llevar a cabo la producción, generalmente faltaba el depósito de los gastos, pero este tema se explicara más adelante.

En caso de problemas en cualquiera de los servicios solicitados se tuvo un día como máximo para corregir cualquier anomalía. Este periodo de tiempo se dio en las ocasiones que se tuvo un calendario de juego preestablecido, como fue en la ronda de grupos o primera fase del torneo, pero para las siguientes rondas de juegos eliminatorios tuvimos cuando mucho un par de días para hacer toda la planeación, por lo tanto se repasaban los pendientes una o dos horas antes de empezar el evento.

Entrega de información

Es importante que cada persona que participa en una producción tenga conocimiento de las características del evento. La información antes recopilada se distribuyó de la siguiente forma:

⁴⁷ Los parámetros son los datos que permiten a un receptor satelital captar la señal del equipo específico que está transmitiendo. Se puede ejemplificar análogamente como cuando se llama por teléfono, los parámetros serían el número telefónico. El horario de transmisión debe estar en formato de 24 horas y como referencia se pone la hora local y el horario GMT, es decir la referencia internacional de uso horario. Se debe recordar que las horas pueden cambiar de país a país, por lo tanto la referencia GMT ayuda a evitar confusiones.

Clientes: a ellos se les proporcionó los números telefónicos en locación, parámetros satelitales, nombre del talento, nombre del productor a cargo y la hora en la cual éste se encontraría listo para iniciar el enlace.

Personal de producción: se le informó sobre la hora del llamado, horarios de transmisión, funciones específicas durante el partido, número de OE para sacar cintas; al productor se le indicó cuánto dinero tendría que sacar del banco y cómo repartirlo entre el staff.

Al staff de operaciones se le informó de los detalles de la producción hasta llegar al Estadio, tal como se describirá más adelante.

Armado del paquete informativo

El asistente de información fue el responsable de buscar toda la información relacionada con el partido: estadísticas, lista de jugadores, alineaciones probables, jugadores más importantes, historia de los equipos e información en general que pudiera servirles a los narradores para hacer más amena la transmisión.

Materiales

La señal internacional se grabó en la unidad móvil, un asistente de producción hizo las solicitudes de material y sacó de videoteca para cada partido dos videocasetes betacam SP⁴⁸ de 90 minutos.

Hasta aquí se tuvo listo el proceso previo, la planeación del servicio. La aplicación de esta planeación se llama producción y los pasos fueron los siguientes:

⁴⁸ Betacam SP es el formato de grabación que se utiliza en MVS Televisión

Depósito bancario:

El director de cámaras entregaba a todo el personal el dinero de los alimentos y a los choferes de las unidades los gastos de casetas, gasolina y hospedaje. Como política de programación, el staff de operaciones no puede salir del almacén sin dinero.

El dinero de la producción se le depositó al productor (y director de cámaras) porque fue la única persona de nómina que trabajó en la producción de la Copa Sudamericana 2006; es una clase de fianza, si el productor no comprueba a tiempo ese dinero, se le descuenta de su pago quincenal; con el personal free lance no existe esa garantía. El problema para la producción no fue a quién se le depositaba sino cuando se hacía.

Para el personal administrativo de MVS las finanzas y la contabilidad tienen reglas y procedimientos que deben respetarse aun si no son compatibles con la producción televisiva. Un depósito puede retrasarse o cancelarse sin previo aviso.

Así que, llegado el momento de la salida en el almacén, más de una vez resultó que no había depósito y por lo tanto no había dinero para salir a la locación. El problema no pasó a más porque la producción financiaba los gastos hasta que se hacía el depósito.

En casos más serios y donde la cantidad no puede ser cubierta por la producción, forzosamente hay que esperar el depósito y esto implica llegar tarde a la locación y arriesgar los horarios de transmisión previamente establecidos o incluso sin dinero para viáticos las producciones pueden ser canceladas.

Llamado en el almacén

El día del partido, el punto de reunión para el staff y las unidades móviles fue el almacén de operaciones. Ahí se entregaba el equipo solicitado para la producción de fútbol.

Entrada del almacén de operaciones:



Esto puede parecer un proceso sencillo pero lograr que los fierros y la gente salieran del almacén, en ocasiones parecía toda una hazaña. Es en este punto donde la producción, el staff e ingeniería se reúnen por primera vez en el servicio; por lo tanto surgen controversias respecto a la forma de llevar a cabo el trabajo, por ejemplo:

Si un operador de audio consideraba indispensable llevar un cable más largo - toda producción depende del personal programado y aunque se haga el mismo trabajo cada persona tiene un método distinto- sin embargo las políticas de *Programación* prohibían al almacén de operaciones entregar cualquier equipo sin previa autorización (de *Programación*).

En este caso producción tuvo que hacer un presupuesto complementario, ingresarlo en el SPS y llamarle a programación para informar de la solicitud de último momento, después *Programación* llamó al almacén y autorizar la entrega del equipo al operador. Es decir un cambio en la solicitud del equipo implica regresar al proceso de pre-producción, pero sin el tiempo para llevarlo a cabo.

Una vez superado el almacén, todos viajábamos con destino al estadio, dispuestos a enfrentar nuevos retos.

En el estadio

Lo más importante al llegar al estadio era confirmar que Telmex había instalado las líneas telefónicas provisionales solicitadas para cada partido.

En Toluca tenía que llegar a tiempo para hablar con el personal de seguridad y cerciorarme de que dejarían estacionar las unidades en un lugar que facilitara el montaje y el cableado.

En todos los partidos repartí las acreditaciones, resolví las dudas del staff y corroboré la entrada de todo el personal, tanto para cablear como para realizar la producción.

En Pachuca localizaba al velador para que abriera la puerta del estadio, los accesos a cancha y el palco de transmisión.

Montaje del equipo

Ya dentro del estadio, el productor establecía la posición de las ocho cámaras para la señal internacional (el partido) y yo la ubicación de las dos cámaras del unilateral, la iluminación para los conductores y los tiempos de transmisión (de acuerdo al requerimiento de horario de los clientes).

Los asistentes de cámara son los responsables de cablear aproximadamente 1500 metros de cable en cada uno de los estadios, es decir, unos 100 o 150 metros de cable por cámara, dependiendo de la ubicación de cada una, también llevan las cámaras a su lugar. Los camarógrafos se colocan en su posición una vez que la cámara está instalada.

Los microfonistas hacen lo propio con cable de audio y ellos se encargan de poner en su lugar todos los micrófonos, audífonos, etc.

Comprobar funcionamiento del equipo

Una vez montadas las cámaras y micrófonos los ingenieros en la unidad móvil confirmaban que todas las conexiones de cámaras y micrófonos fueran correctas. En este paso se comprueba que los micrófonos suenen, las cámaras transmitan la señal indicada, las máquinas graben la señal, etc.

Los ingenieros de transmisión hacían que la antena se levantara y buscara el satélite al que se debía transmitir.

Otra de mis funciones fue determinar los horarios en los cuales todos debían estar listos para empezar pero los ingenieros señalaban el corte a comer para el staff.

Entregar información al talento

El talento de la Copa Sudamericana 2006 fue:

Narrador: Raúl Orvañanos. La copa Sudamericana 2006 marcó su debut con Fox Sports después de su separación con Televisa.

Analista: Santiago Puente, el encargado de comentar los puntos finos de la táctica futbolística.

Comentarista: Elmur Souza, corresponsal de MVS y Fox Sports en Guadalajara, quien viajó en cada partido al estadio correspondiente. Durante los partidos fue reportero de cancha e hizo las entrevistas de medio tiempo y final de partido.

Una hora antes del partido (a veces más tarde) llegaba el talento. Para cada partido el asistente de información les entregó el paquete preparado por él mismo

Yo les explicaba cual sería la dinámica del programa, por ejemplo que el primer bloque lo harían en estudio; luego los comentaristas en palco daban la bienvenida y cedían la palabra al reportero de cancha, etc.

Al reportero de cancha le encargaba las entrevistas para el final de la transmisión y los noticieros. Revisábamos que menciones⁴⁹ se debían hacer. Generalmente al final del partido él hizo reportes en vivo desde el estadio al noticiero *Diario Fox Sports*.



El asistente de información fue responsable de bajar a la cancha y conseguir con los árbitros las alineaciones oficiales de los equipos, por lo menos 30 minutos antes del partido. Esta información siempre la solicitaron los encargados de gráficos en el estudio (los argentinos de Fox e Iliana Trujillo en México) con mucha anticipación, ya que ellos pasaban esos datos a una computadora que generaba los gráficos en pantalla y no siempre era fácil tenerla a tiempo.

⁴⁹ Las menciones son textos cortos que incluyen el slogan de alguna marca o producto, en otros casos la mención invita al televidente a ver otro programa del canal. Estas menciones fueron leídas por los conductores.

Enlace con estudio:

Un enlace se hace con una llamada telefónica en la cual se comprueba que en el estudio están preparados para recibir la señal. La encargada de gráficos aprovechaba este momento para conseguir las alineaciones oficiales.

Pruebas de audio y video

Las transmisiones satelitales de la Copa Sudamericana 2006 se hicieron bajo el mismo procedimiento que se sigue para todas:

El ingeniero llama a un centro de atención de la empresa dueña del satélite al que se transmite y proporciona la siguiente información: nombre de la empresa, el número de reservación, parámetros y horario. A este paso se le denomina “abrir la ventana”.

En esta llamada se verifica que la señal de audio y video que salen de la unidad tienen las normas de calidad internacional.

Cuando la ventana está abierta los ingenieros de MVS reciben la señal y se hace la comunicación entre los conductores en locación y los del estudio; si ellos pueden escucharse y verse correctamente entonces la transmisión se da por buena y todo está listo para iniciar el programa.

Transmisión del partido

Para describir correctamente este paso, se tiene que explicar que tipo de producciones se hicieron en la Copa Sudamericana.

3.3.1 Señal internacional

La señal internacional se generó para el cliente Torneos y Competencias con sede en Buenos Aires, Argentina. El equipo de trabajo y sus funciones eran las siguientes:

Productor: Víctor González Torres, dirigió cámaras, administró y comprobó el dinero de los gastos y viáticos.

Operadores de videotape: Daniel Reyes y Abraham Montes de Oca grabaron los partidos en la unidad móvil y repitieron las jugadas más importantes.

El partido de futbol se hizo desde esta unidad (número económico 07) con 8 cámaras:



En la unidad hay monitores que permiten ver la toma que cada camarógrafo obtiene, ya sea por instrucciones del director de cámaras o porque delante de él se desarrollan imágenes importantes, el monitoreo de la unidad se ve así:



El director de cámaras escoge la mejor toma y le indica al operador de switcher (sentado a la izquierda) que cámara debe ser switchada al aire.

Los operadores de videotape también tienen monitoreo de cámaras, para escoger la toma que será repetida, como una falta u otro ángulo del gol. Los operadores de videotape son personal de producción de MVS Deportes, ellos a través del sistema de comunicación⁵⁰ de la unidad le indican al director de cámaras cuál es la toma que debe repetir.

Videotape de la Unidad Móvil:



Para captar todos los sonidos de un partido de futbol en el estadio se instalaron 8 micrófonos alrededor de la cancha. El audio se controló en esta cabina instalada dentro de la unidad:

⁵⁰ El sistema de comunicación son micrófonos y bocinas instaladas a lo largo de la unidad móvil, para que todo el personal se comunique, afuera de la unidad móvil, los camarógrafos y comentaristas tienen diademas y es a través de ellas por donde escuchan al director de cámaras.



Este conjunto de audio y video fue la señal internacional y se transmitió a Argentina por medio de esta unidad satelital:



La producción de Torneos y Competencias se comunicaba a la línea telefónica instalada en la unidad móvil para solicitar las alineaciones y cualquier otra información relevante como amonestaciones o expulsados.

3.3.2 Producción unilateral

La producción del unilateral se hizo simultáneamente en la unidad y en el estudio de MVS.

Producción en locación

Coordinadora de producción: Jessica Flores, producción el unilateral, asistencia en la transmisión de la señal internacional, además de compartir los procesos administrativos con Vanya González, la otra coordinadora.

Asistente de información: Ricardo Rico, apoyó al talento consiguiéndoles información del partido, alineaciones del partido e instrucciones fuera del aire.

Producción en estudio:

Productor y director de cámaras: Juan Carlos Rosales, dirigió cámaras y se encargó de la post-producción de reportajes.

Conductores: Carlos Velasco, Rubén Espejel, Turhan Madanoglu y Roberto Peláez. Ellos aparecieron a cuadro en el previo del partido, resumen del medio tiempo y los comentarios finales.

Coordinadora de producción: Vanya González, tendió al cliente, realizó procesos administrativos, coordinó los enlaces entre la locación y el estudio, fungió como jefe de información y fue la responsable del proyecto.

Gráficos: Iliana Trujillo, responsable de la información gráfica que se mostró en pantalla.

Reportero: Salvador González, realizó reportajes para ilustrar la transmisión.

Videotape: Alberto Uribe y Fernando Mendoza, grabaron la transmisión completa e hicieron los resúmenes de medio tiempo.

El unilateral se produjo para el cliente Fox Sports en Español, ellos confiaron en que MVS tuviera todo listo. El productor de Fox en Los Ángeles, David Serrano, detalló sus necesidades para el primer partido y en los partidos que le siguieron la

producción en México tomó las decisiones sin preguntar pues no queríamos parecer incompetentes.

El unilateral fue la interacción de la producción entre el estudio y el estadio. Esta producción se hizo en un estudio con tecnología virtual, por lo tanto en cada partido se cambió la escenografía virtual, lo que se cambiaba eran los escudos de los equipos que jugaban en esa transmisión.

Un día antes llegaban por e-mail las menciones de los patrocinadores. En este e-mail la producción de Fox Los Ángeles, también enviaba una especie de guión informativo de 8 ó 10 hojas con el número de bloques, cortes comerciales y la duración de la transmisión.

Vanya, la coordinadora, siempre transformó el “guión” a una orden de edición o escaleta que todo el equipo de producción en MVS pudo comprender ya que 10 hojas se vuelven muy difíciles de seguir en una producción en vivo.

Escaleta:⁵¹

SEMIFINAL COPA NISSAN SUDAMERICANA 2006				
MARTES 21 DE NOVIEMBRE				
PREVIO DEL PARTIDO				
NOTA	DESCRIPCION			
1	TEASSER	CARLOS VELASCO	VC	STOCK
2	SALUDO DE COMENTARISTAS	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	A CUADRO	ESTUDIO
3	COMENTARIOS	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	A CUADRO	ESTUDIO
4	MENCION DIRECTV	CARLOS VELASCO	A CUADRO	ESTUDIO
5	COMENTARIOS	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	A CUADRO	ESTUDIO
6	REPORTAJE TOLUCA	CARLOS HERNANDEZ	VC	STOCK
7	COMENTARIOS	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	A CUADRO	ESTUDIO
8	REPORTAJE COLO COLO	CARLOS VELASCO	VC	STOCK
9	COMENTARIOS	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	A CUADRO	ESTUDIO
10	CORTINILLA NISSAN		VC	STOCK
CORTE 1 02:00				
20	CORTINILLA NISSAN		VC	STOCK
21	MANDAN A PISTA	RUBEN ESPEJEL	A CUADRO	ESTUDIO
22	PISTA: PARTIDO DE IDA COLO COLO VS TOLUCA	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	VOZ OFF	STOCK
23	COMENTARIOS Y MANDAN A ENLACE	RUBEN ESPEJEL	A CUADRO	ESTUDIO
24	ENLACE ESTADIO	RAUL, SANTIAGO Y ELMUR	VOZ OFF	STOCK
25	CORTINILLA NISSAN		VC	STOCK
CORTE 2 02:00				
30	CORTINILLA NISSAN		VC	STOCK
31	MANDAN A PISTA	CARLOS VELASCO	A CUADRO	ESTUDIO
32	PISTA: PARTIDO DE VUELTA TOLUCA VS JAGUARES	ESPEJEL, VELASCO, TURHAN	VOZ OFF	STOCK
33	COMENTARIOS Y MANDAN A ENLACE	RUBEN ESPEJEL	A CUADRO	ESTUDIO
34	ENLACE ESTADIO	RAUL, SANTIAGO Y ELMUR	A CUADRO	SEÑAL ESTADI
35	COMENTARIOS	RAUL, SANTIAGO Y ELMUR	A CUADRO	SEÑAL ESTADI
36	CORTINILLA NISSAN		VC	STOCK
CORTE 3 02:00				

⁵¹ MVS Televisión, *documento interno*, 21 de noviembre de 2006

El reportero viajaba a Toluca o Pachuca con un sistema portátil días antes del partido; conseguía entrevistas e información para nuestra transmisión. Al llegar a MVS los chicos de videotape, repeticiones o alineaciones (los que estuvieran desocupados) editaban ese material y se lo entregaban al productor del estudio, quién a su vez entraba a alguna cabina de diseño para darle a las piezas⁵² un acabado profesional de audio y video.

Los reportajes no estaban considerados dentro del presupuesto de la transmisión unilateral para Fox; El cliente seguramente hubieran cancelado toda la transmisión de haber sido incluidos en el costo del proyecto, pero decidimos dar un servicio de calidad así que utilizamos los recursos de *Score Final*, una producción interna de *MVS Deportes* que tenía un presupuesto mucho más holgado.

La trampa fue posible porque tres personas trabajaron simultáneamente en ambas producciones. El cliente nunca mencionó nada ni para bien ni para mal pero siguió contratando los servicios de MVS.

Esta es la unidad móvil que produjo el unilateral (Número económico 08)



⁵² Una pieza es un reportaje que contiene audio y video y se encuentra en un videocasette.

Desde el estudio virtual de MVS se produjo el previo, el medio tiempo y el final del partido.

La coordinadora en estudio preparaba la información para los conductores y llamaba por teléfono al control maestro de Fox Los Ángeles, quienes establecían el tiempo de programa, la duración de los comerciales, etc.

En los previos se presentaban los reportajes, pronósticos del partido, se revisaban partidos anteriores y también se hacían enlaces con el estadio.

Para el enlace y la transmisión desde el estadio, las coordinadoras permanecíamos todo el tiempo hablando por teléfono para sincronizar la producción.



La comunicación para sincronizar una producción en vivo es una especie de teléfono descompuesto pues se sigue una cadena de indicaciones que deben ser atendidas de inmediato.

Ejemplo de conversación telefónica para ir a corte comercial:

Control central (Los Ángeles) a estudio (Vanya):

- *te quedan 30 segundos de este bloque, manda a comerciales*

Estudio (Vanya) a unidad móvil (Jessica):

- *vamos a comerciales, tienes 20 segundos*

Director de cámaras (Jessica) a conductor (Raúl Orvañanos):

- *vamos a comerciales, tienes 15 segundos*

Conductor (Raúl Orvañanos) a cuadro:

- *vamos a comerciales, regresamos...*

Unidad móvil (Jessica) a estudio (Vanya):

- *llévate la transmisión en 5,4,3...*

Coordinadora (Vanya) a director de cámaras (Juan):

- *tienes 10 segundos*

Director de cámaras (Juan) a operador de videotape (Fernando):

- *corre la cortinilla de comerciales*

Operador de videotape:

- *5 segundos para que termine la cortinilla*

Estudio (Vanya) a control central (Los Ángeles):

- *llévate la señal en 5,4,3...*

Como se puede ver el unilateral requería precisión e inmediatez.

Al final del partido, los comentaristas despedían la transmisión desde el estadio, por lo tanto el enlace telefónico terminaba; los comentarios finales y el resumen del partido se producían desde el estudio.

El resumen final del partido debía estar listo uno o dos minutos después del juego. En MVS se grababa la señal internacional y los encargados de videotape tomaban nota del minuto en dónde ocurrían las mejores jugadas; en los comerciales entre la despedida del estadio y el inicio de los comentarios finales se editaba un video con lo más relevante del juego.

3.3.3 Post - producción

Desmontaje y regreso a MVS

Al terminar la producción en el estadio los asistentes de cámaras y microfonistas quitaban, las cámaras y micrófonos, además del cable que se había instalado para el funcionamiento del equipo. El desmontaje duraba más o menos una hora.

Se apagaba la unidad móvil y el equipo se guardaba nuevamente en el autobús de pasajeros, enseguida todos emprendían el viaje de regreso al D.F.

Devolución del equipo

El equipo se tenía que devolver al almacén de operaciones de MVS no importando que tan tarde se terminara el partido.

Los trabajadores del almacén de operaciones se aseguran de que todo el equipo que sale del almacén regrese en las mismas condiciones en que fue entregado, algo así como un inventario rápido. Cada camarógrafo, asistente, operador de audio, microfonista e ingeniero tiene que firmar y hacerse responsable del equipo que sale a una producción.

Al terminar de entregar todo el equipo, se daba corte al staff y operativamente la producción del evento se daba por terminada.

Entrega de material a videoteca

MVS cuenta con una sola videoteca y todo el material que se graba para Fox Sports se resguarda en ella.

El asistente de producción asignado a la producción de la señal internacional entregó a videoteca los dos videocasetes -primer y segundo tiempo de cada partido- para su clasificación y almacenamiento.

Facturación del servicio

Un día después del partido, la coordinadora de producción solicitaba la facturación del servicio a *Administración de producción*. Esta solicitud incluía lo siguiente:

Nombre del cliente
Nombre de la producción y/o servicio
Número de OE
Fecha del servicio
Precio de venta al cliente
Costo de producción

Administrativamente, para MVS la facturación es el requisito más importante pues es aquí cuándo la empresa esta lista para cobrar el servicio que fue prestado, MVS extiende una factura a sus clientes y existe un departamento de cobranza, dedicado al seguimiento del pago de estas facturas.

Comprobación de gastos

Como se dijo anteriormente, al productor se le depositaron los gastos de la producción los cuáles tuvo que comprobar con facturas a nombre de MVS Televisión S.A de C.V.

En caso de no comprobar los gastos un mes después de haber concluido el servicio, al productor se le puede descontar de su salario la cantidad que no ha sido comprobada.

Pago a Free Lance

Para cobrar sus honorarios el personal de producción entregó una factura por partido. También las facturas se entregaron a Administración de producción; el el depósito se hizo en nuestras cuentas de HSBC quince días después de ingresar dicha factura.

Fin del servicio

La producción de cada partido oficialmente terminaba cuándo *Fox Sports*

Internacional pagaba el unilaterial y *Torneos y Competencias* pagaba la señal internacional.

En resumen la producción de un partido de futbol requiere la coordinación del trabajo especializado de muchas personas. La logística para llevar a cabo el evento es complicada pues se depende de diferentes instancias y algunas no siempre están dispuestas a colaborar a pesar de que tienen la orden de hacerlo, como por ejemplo las oficinas de prensa de los clubes de futbol.

El futbol es un juego simple, se trata básicamente de once jugadores que tratan de meter la pelota en un área que defienden otros once jugadores.

Esta sencillez esta muy rebasada en el futbol comercial actual, la televisión es una parte importante de este negocio y la organización que se requiere para llevar un partido a la televisión no es sencilla ni económica; el esfuerzo se ve recompensado por índices de audiencia importantes, lo que implica un número mayor de patrocinadores que reditúan ingresos considerables para la televisora.

CONCLUSIONES

Desde que estaba en la secundaria el espectáculo que representa el futbol empezó a llenar mi vida cotidiana, nadie en casa alentaba mi afición aunque tampoco me la prohibían. En la preparatoria mi mejor amiga y yo preferíamos ir a un partido de futbol que a una fiesta.

El futbol fue el criterio decisivo para la elección de mi carrera. Afortunadamente hoy puedo decir que trabajo en televisión produciendo futbol; no han sido pocas las personas que me han hecho saber que me desenvuelvo en dos ambientes creados por y para los hombres: el futbol y la producción televisiva.

Estos son dos retos que con disciplina y trabajo duro he podido sortear, sin embargo en esta tesina hago especial énfasis en la disparidad de oportunidades, desorden y falta de control de MVS Televisión, porque son estas variables las que más afectan el desarrollo profesional de las personas que trabajan en el área de producción de esta empresa.

En el primer capítulo mostré que MVS Televisión pertenece a un grupo que ha escrito la historia de las comunicaciones en México, obviamente no tiene el peso que Televisa o TV Azteca, pero sin temor a equivocarme su contribución más importante es ser la escuela de la cual egresan profesionistas que más tarde se consolidaron en otras empresas; no sólo son Joaquín López Doriga, Carmen Aristegui, Epigmenio Ibarra, Pedro Ferriz de Con, Guillermo Ortega, Alfredo Domínguez Muro, Jorge Fernández Meléndez, John Sutcliffe, Daniel Brailowsky, Francisco Javier Gonzalez, Ciro Procura, etc y demás personajes que están a cuadro, sino técnicos y equipos de producción.

Lamentablemente MVSTV sufre desde el 2002 una crisis que parece recrudecer día con día y actualmente es una empresa desordenada, corrupta y anárquica.

En todas las compañías existen chismes y ambientes difíciles pero ocurre que el ambiente laboral en MVS ha asumido los rasgos catastróficos de la pelea callejera ¿es este tipo de condiciones laborales las que nos depara el futuro?

El legado actual de MVSTV son sus relaciones laborales, en específico los trabajadores free lance. MVS Televisión no tiene ninguna responsabilidad social con el empleado y se le pagan los llamados a través de facturas o recibos de honorarios. Esta dinámica laboral es un modelo a imitar para otras empresas de comunicación.

Cada año los egresados de las carreras relacionadas con comunicación agravan el problema, ya que por tener una oportunidad son capaces de trabajar gratis por uno o dos años (yo misma lo hice); esto representa una competencia feroz por un puesto de trabajo y se da al empleador las herramientas para abusar del personal.

Sin embargo los recién egresados no son la fuente del problema. Para trabajar en televisión no es necesario presentar ningún título académico; de hecho el 95% del staff de operaciones en MVS únicamente terminó la primaria y en producción casi nadie ha concluido la licenciatura.

Estas son algunas de las debilidades que afectan el buen funcionamiento de una empresa que tiene el potencial de ser redituable para sus dueños. Esta aseveración la hago con conocimiento de causa, porque los clientes se acercan a MVS en busca de servicios con oportunidades de negocio que generarían fuentes de empleo y ganancias pero que las trabas burocráticas y las luchas de poder se encargan de echar a perder.

La televisión es un medio que necesita recursos, una producción pobre y sin dinero generalmente se pierde en el limbo de la mediocridad y la ausencia de rating; los ejemplos salen al aire a diario. Televisa y Azteca tienen producciones espectaculares en cuestión de imagen, con muchos recursos técnicos pero con pobres contenidos.

A la inversa, tenemos las producciones con más contenido que recursos, pero las primeras son las que se llevan el rating y por lo tanto a los anunciantes.

Fox Sports es un cadena deportiva con estándares de calidad difíciles de seguir por una producción en MVS; simple y sencillamente el trabajo se obstaculiza y no contamos con los recursos para producir a su nivel a pesar de que el cliente paga por ello.

Irremediablemente los obstáculos que una producción debe sortear se reflejan en la pantalla; si por ejemplo en lugar de preocuparnos porque el dinero para casetas y gasolina se deposita a tiempo nos ocupamos en hacer más reportajes, con seguridad las transmisiones de los partidos serían mucho más vistosas.

La producción de futbol implica la interacción de muchas personas. La logística de un torneo internacional es costosa y por lo tanto nadie puede darse el lujo de tener algún error.

¿Qué pasaría si la unidad móvil no sale del almacén a tiempo?, ¿si llegara tan tarde a la locación por cualquier motivo?, ¿Cómo se le diría a los equipos de futbol que jugaran más tarde? Los horarios de transmisión satelital se cobran al 100% aun si no fueron utilizados, los patrocinadores y anunciantes ya tienen pautas establecidas, los aficionados en el estadio pueden alterar el orden público, los comisionados arbitrales y ejecutivos de CONMEBOL podrían perder sus vuelos, etc.

En televisión y en específico para los responsables de una producción los errores se traducen en dinero ¿Quién estaría dispuesto a pagar miles de dólares porque central de programación exige un trámite burocrático, absurdo?

A pesar de todos los inconvenientes, la producción de fútbol es una actividad que da de comer a muchas familias y que podría generar en MVS muchas más oportunidades de negocio y de realización profesional si se apoyara o por lo menos si no hubiera tantas trabas para su realización.

Espero que este trabajo pueda contribuir a la formación profesional de los estudiantes de la Facultad, es importante tener la preparación académica que se adquiere en la universidad, la academia ayuda a formar criterio, amplía el panorama y por lo tanto determina el comportamiento, la toma de decisiones y la actitud laboral, pero también es importante que quien pretenda ingresar a los medios de comunicación comprenda que el nivel de competitividad es alto y que esta competencia no es de velocidad, sino de resistencia, no es de fuerza sino de maña y el jurado no te califica por tu desempeño sino otorga la calificación en función de su propio beneficio.

ANEXO 1

USOS Y GRATIFICACIONES DEL FUTBOL TELEVISADO

Inmediatez y novedad son conceptos fundamentales para la televisión. ¿Cuál es la razón? Si se supone que el televidente espera pasivamente los mensajes que emanan de los medios ¿entonces por qué esforzarse en producir los contenidos que el público demanda? La teoría de los usos y gratificaciones nos entrega una hipótesis interesante:

El público tiene necesidades fisiológicas, económicas, sociales, emocionales, etc. Según la teoría de los usos y gratificaciones los medios de comunicación crean estrategias para tratar de cubrir esas necesidades y en consecuencia ganar la atención y preferencia del televidente.

El tema de esta tesina es la producción televisiva de futbol, simplemente el deporte más popular de México. ¿Qué lo ha llevado a ser el acto lúdico masivo más importante de nuestro país? Las respuestas pueden ser muchas desde la sencillez del juego hasta la necesidad de los aficionados por sentirse identificados y pertenecientes a un grupo.

De cualquier forma ha sido la televisión el medio de difusión que ha tomado como estandarte al futbol ¿por qué? Tal parece que el futbol por televisión ha pasado de ser un entretenimiento a una necesidad social y colectiva que ha sido bien capitalizada en términos económicos.

Un ejemplo: De 2002 a 2006 el Argentino Ricardo Antonio Lavolpe, fue el director técnico de la selección mexicana de futbol y durante esos cuatro años estuvo bajo el microscopio de la afición. La importancia del cargo radica en que el técnico del tricolor dirige al equipo a través de diversas competencias internacionales.

La selección nacional es casi equiparable con un embajador, incluso en lugares en donde México es sinónimo de tequila y charros el futbol también exporta una imagen más actualizada de nuestro país.

México pertenece a la CONCACAF (Confederación Centroamericana y del Caribe) y por lo tanto compite contra equipos de norte y centroamerica. Ante las selecciones centroamericanas, México es considerado el rival a vencer, el gigante del área, el equipo más fuerte, pero a partir de 1995 los mexicanos no han podido demostrar esa superioridad ante Estados Unidos, un rival al que históricamente se le consideraba inferior, un panorama poco frecuente entre mexicanos y norteamericanos.

Poco tiempo antes de que Ricardo Lavolpe tomara el mando de la selección mexicana, el equipo fue eliminado de la Copa Mundial de 2002 por Estados Unidos en octavos de final. El hecho significó una herida en el orgullo nacional y por lo tanto el nuevo técnico tenía la responsabilidad de recuperar la hegemonía del área de CONCACAF y además demostrar que la selección estaba lista para hacer un papel más honroso en los mundiales y copa América.

La afición mexicana no exigía la Copa del Mundo, se sabe que México no pertenece al selecto grupo de campeones mundiales, pero el futbol ha representado una de las pocas oportunidades en donde los mexicanos pueden sacudirse el yugo norteamericano. “La situación social en la que viven las personas les producen tensiones y conflictos que pretenden aliviar utilizando los medios de comunicación”*

Por lo tanto cada gol representa una revancha simbólica por todas aquellas veces en que un norteamericano oprime, explota o le gana a un mexicano en cualquier terreno de la vida.

La importancia que tiene el futbol para los mexicanos en el extranjero, específicamente los que viven en Estados Unidos permiten que empresas como Fox Sports pongan especial interés en el futbol mexicano. Prueba de ello es que de 2002

* Moragas, Miguel, Teorías de la comunicación, pág. 185

a 2006 la selección mayor jugó en Estados Unidos un total de 29 partidos amistosos por solamente 6 jugados en territorio nacional.*

Cuando terminó el Mundial de Alemania en 2006, Ricardo Lavolpe entregó los resultados de su gestión. Las consultas que los medios de comunicación hicieron fueron contundentes; nadie apostó por su continuidad al frente del tricolor, la sociedad no se equivocó y la sentencia fue clara y no dejó lugar a dudas: La Federación Mexicana de Fútbol lo cesó del puesto y en una clase de "exilio voluntario" el técnico regresó a Argentina.

La expectativa creció ¿Quién sería el nuevo técnico? Se necesitaba un mexicano excepcional (los extranjeros no eran una buena opción para dirigir al equipo nacional) el nombramiento estaba hecho desde antes de firmar oficialmente el contrato, a través de las "tele-encuestas" de Televisa y TV Azteca el pueblo proclamó a Hugo Sánchez Márquez como su nuevo líder, el héroe de mil batallas, el mexicano más exitoso deportivamente hablando (por lo menos del único deporte que le importa a la mayoría de los mexicanos) accedió a la petición.

La gente lo impulsó aun sin importar sus obvias carencias como estratega futbolístico, le ganó la batalla a los Argentinos. Había derrocado a Lavolpe y también derrotó al otro candidato: Américo Gallego, un director técnico que ha hecho campeón a todos los equipos que ha entrenado.

Este trabajo se escribe 3 años antes de que Hugo Sánchez Márquez entregue las cuentas de su gestión, sin embargo su nombramiento es una prueba irrefutable de que la audiencia marca la tendencia porque Hugo Sánchez no era el favorito en las redacciones deportivas de periódico, radio y televisión (afirmo esto con conocimiento de causa) sino todo lo contrario.

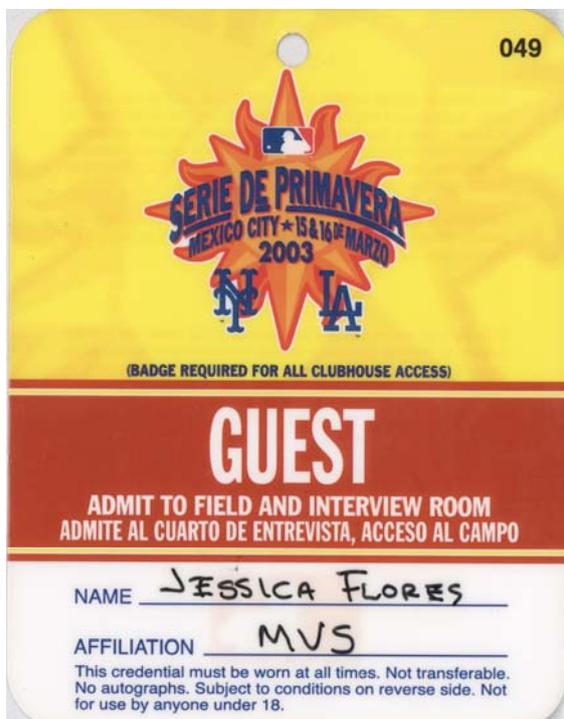
Las razones van desde la dificultad de conseguir entrevistas con él hasta la logística que implica el seguimiento a la selección porque cuando un personaje como él

* [http://www.femexfut.org.mx/portav2/\(hkainsiqjilk3qq5nqzm4c45\)/default.aspx](http://www.femexfut.org.mx/portav2/(hkainsiqjilk3qq5nqzm4c45)/default.aspx), 29 de septiembre de 2007

decide salir a la calle se despliega un dispositivo extra de seguridad y recursos; finalmente tampoco es un técnico al que se pueda criticar fácilmente ya que cuenta con el apoyo incondicional de mucha gente, por lo tanto a más de uno le tiembla la mano cuando se trata de señalar los desaciertos de una leyenda viviente. Sin embargo Hugo Sánchez es el consentido de la afición mexicana que come, vive y sueña futbol.

ANEXO 2

ACREDITACIONES

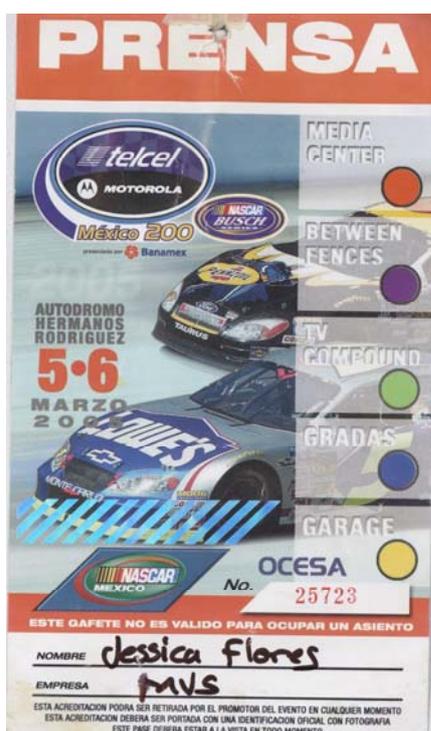


Fecha: Marzo 2003

Cliente: Globe Cast

Evento: Juego de la *Major Béisbol League* en México

Servicio: Transmisión de la señal internacional

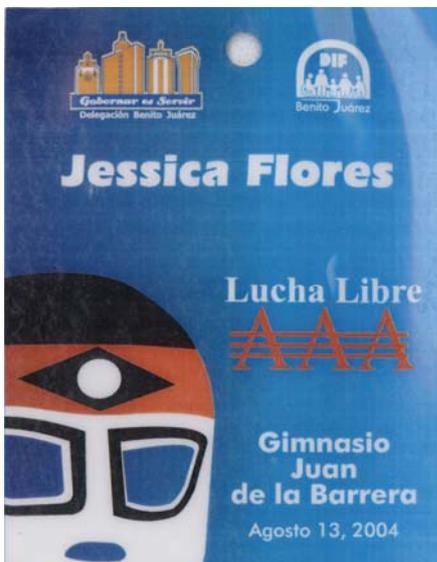


Fecha: Marzo 2005

Cliente: Turner Int. (CNN y Nascar.com)

Evento: Serial *Nascar Bush México*

Servicio: Transmisión de la señal internacional y unilateral.



Fecha: Agosto 2004

Cliente: Promociones Antonio Peña

Evento: Función de *Lucha Libre* AAA

Servicio: Producción de la función de luchas.

Fecha: Marzo 2005

Cliente: Turner Int. (CNN y Nascar.com)

Evento: Serial *Nascar Bush México*

Servicio: Transmisión de la señal internacional y unilateral.

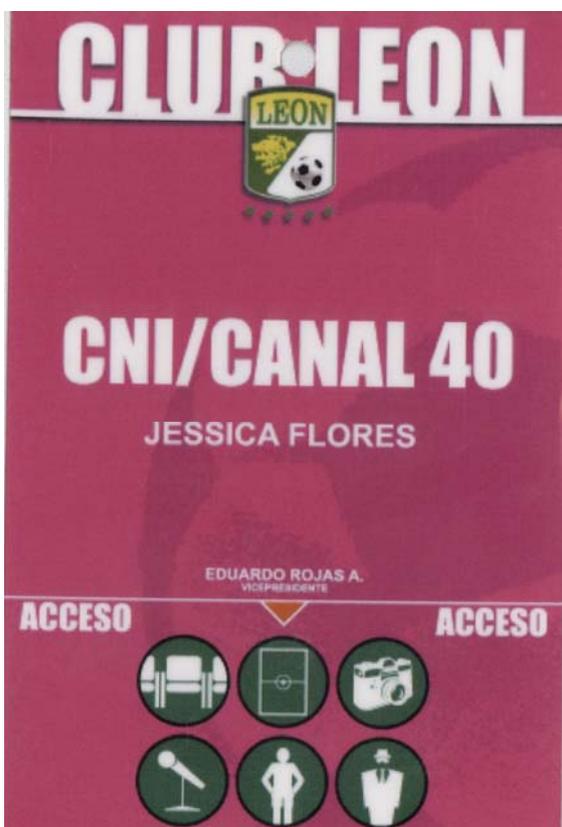
Fecha: Septiembre 2005

Cliente: CC Studio

Evento: Eliminatoria para el Mundial 2006

Servicio: Producción del partido y transmisión de la señal internacional





Fecha: Junio 2003

Cliente: CNI Canal 40

Evento: Partidos de futbol del equipo
León

Servicio: Producción del partido y
transmisión de la señal



Fecha: Enero 2007

Cliente: Torneos y Competencias

Evento: *Copa Libertadores 2007*

Servicio: Producción del partido y transmisión de la señal internacional



Fecha: Enero 2007

Cliente: Fox Sports

Evento: *Copa Sudamericana 2006*

Servicio: Producción del unilateral

BIBLIOGRAFIA

- Arenas, Paula, Manual de redacción, PERYMAT Libros, España 2006, pág 25-58
- Gifford, Clive, Enciclopedia de fútbol, Destino, Inglaterra 2006. pág 30-33
- Moragas Spa, Miguel, Teorías de la comunicación, Ed. G. Gilli, Barcelona 1984, pág. 185
- Robbins, Stephen & Coulter, Mary, Administración, Prentice Hall, México 1996, 123-25
- Serafín, María Teresa, Cómo se escribe, Paidós, Barcelona 1994, pág. 1-60
- Schwartz, Fernando / Duarte, Orlando, Todas las copas de mundo. México rumbo al mundial 94, McGraw Hill, México 1994, pág. 2
- Tamayo y Tamayo, Mario, Metodología formal de la investigación científica, Limusa, 2ª edición, México 2006, pág. 10
- V. Farina, Mario. Diagramas de flujo, México, Editorial Diana, 1981, p.141

Hemerografía

- Reforma, el corazón de México, periódico publicado e impreso en los talleres de "Consortio Interamericano de Comunicación S.A de C.V." Fueron utilizados indistintos números que abarcaron el periodo de Mayo a Diciembre de 2006.
- Sánchez de Armas (Coordinador), Apuntes para una historia de la televisión mexicana, México 1998, Revista Mexicana de Comunicación/ Espacio 98 ed, pág. 589

- Sánchez Hidalgo, Técnicos mexicanos en el mundial ¿héroes o villanos?, México 2002, Publicación oficial de la Federación Mexicana de Futbol, año I, número 4, pág 12

Tesis

- Chagoya Hernández, Verónica, Manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales nacionales de TV Azteca, Tesina, UNAM, México, 2002
- Velarde Tovar, Marisol, Apuntes para una historia del sistema satelital de distribución directa (DTH) en México, Tesis, UNAM, México, 2000

Documentos

- MVS Televisión, Video corporativo, México 2005
- MVS Televisión, Calendario 2007, documento interno, México 2007
- MVS Televisión, Sistema de programación de servicios, México 2006 y 2007
- MVS Televisión, Sistema de cotizaciones, México 2006
- MVS Televisión, Sistema de producción, México 2006
- MVS Televisión, Comprobante de reservación de segmento satelital, México 2006
- MVS Televisión, Precio de venta, México 2006
- MVS Televisión, Escaleta Copa Sudamericana, México 2006

Testimonios

- García, Enrique; Jefe Almacén de Operaciones, MVS Televisión, Diciembre 2006, México D.F.

- González, Vanya; Coordinadora de producción, MVS Deportes, Noviembre 2006, México D.F.
- Hernández, Rocío; Facturación y Cobranza, MVS Televisión, Diciembre 2006, México D.F.
- Flores, Jessica; Coordinadora de producción, MVS Deportes, Abril 2007, México D.F.
- Quitarte, José; Realizador, MVS Deportes, Noviembre 2006, México D.F.
- Rocha, Marco; Ingeniero de producción y transmisiones, MVS Televisión, Diciembre 2006, México D.F.
- Rico, Ricardo; Editor, MVS Deportes, Enero 2007, México D.F.
- Romero, Adolfo; Editor, MVS Deportes, Noviembre 2007, México D.F.
- Trujillo, Iliana; Coordinadora de producción, MVS Deportes, Febrero 2007, México D.F.

Páginas de Internet

- http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=futbol, página consultada el 14 de Abril de 2007
- <http://www.fifa.com/es/marketing/concept/index/0,1304,22,00.html>, página consultada el 3 de marzo de 2007
- www.proverbia.net/citasautor.asp?autor=1298, página consultada el 12 de Febrero de 2007
- www.mvs.com/información/corporativo, página consultada el 20 Diciembre 2006

- <http://www.freewebs.com/djunny/television.htm/>, página consultada el 20 de Diciembre 2006
- <http://www.multicinema.com.mx>, página consultada el 31 de Marzo de 2007
- <http://www.cinelatino.com.mx/> página consultada el 31 de Marzo de 2007
- <http://www.multipremier.com.mx/> página consultada el 31 de Marzo de 2007
- <http://www.zaz.com.mx>, página consultada el 31 de Marzo de 2007
- http://www.canal52.com.mx/site/quees_canal52.php, página consultada el 10 de Abril de 2007
- <http://www.ibope.com.mx/hqxpp001.aspx?1,1,50,O,S,0,MNU;E;13;2;MNU>, página consultada el 10 de Abril de 2007
- www.mvs.com/mediosdecomunicacion/noticias, página consultada el 12 de Diciembre de 2006
- http://www.multivision.com.mx/quees_mastv, página consultada el 10 de diciembre 2006
- <http://www.hispanicprwire.com/news.php?>, página consultada el 16 de Febrero 2007
- www.livesoccertv.com/FOX-Sports-en-Espa, página consultada el 18 de Febrero 2007
- <http://www.peru.com/futbol/copaamerica/2004/historia>, página consultada el 4 de Febrero de 2007
- <http://www.consejeros.com.mx/america/copalibertadores.html>, página consultada el 24 de febrero de 2007

- <http://www.interliga.com/sum/interliga/es/history/>, página consultada el 24 de febrero de 2007
- www.livesoccertv.com/FOX-Sports-en-Espa, página consultada el 18 de Febrero 2007
- http://es.wikipedia.org/wiki/Huso_horario, página consultada el 14 de Abril de 2007
- www.internetcampus.com/span/typ065.htm, página consultada el 14 de Abril de 2007
- [http://www.femexfut.org.mx/portalv2/\(hkainsiqjilk3qg5nqzm4c45\)/default.aspx](http://www.femexfut.org.mx/portalv2/(hkainsiqjilk3qg5nqzm4c45)/default.aspx), 29 de septiembre de 2007