

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**



*BEISHIT: Propuesta de programa televisivo para promocionar el
béisbol amateur en el Distrito Federal*

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
PRESENTA:
ULISES GARCILAZO ROSALES

ASESOR:
LIC. ALBERTO FERNÁNDEZ DE LARA QUESADA

SAN JUAN DE ARAGÓN, MÉXICO, MARZO DEL 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

*BEISHIT: Propuesta de programa televisivo
para promocionar el béisbol amateur en el
Distrito Federal*

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

P R E S E N T A:
ULISES GARCILAZO ROSALES

ASESOR:
LIC. ALBERTO FERNÁNDEZ DE LARA
QUESADA



SAN JUAN DE ARAGÓN, MÉXICO, MARZO DEL 2010

Agradecimientos

Quiero agradecerle a Dios, principalmente, y a todas las personas que participaron de forma directa o indirecta en la realización de este proyecto.

Gracias.

Índice	
Introducción	3
Capítulo 1 Béisbol y televisión	
1.1 La presencia del juego amateur y profesional en la televisión abierta mexicana a través de la historia.	5
1.1.1 “Fernandomanía”: un medio de difusión a favor del béisbol amateur y profesional.	15
1.1.2 Autodifusión de equipos profesionales y amateurs	20
1.2 Declive.	24
1.3 Soluciones al problema.	31
CAPÍTULO 2 Evolución del béisbol	
2.1 Nacimiento	42
2.2 Desarrollo hacia un deporte reconocido y organizado	47
2.3 Su llegada y expansión en el territorio mexicano	51
2.4 El béisbol amateur en México	59
Capítulo 3 <i>BEISHIT. Una vez que le entiendes al béisbol... no puedes dejarlo.</i>	
3.1 Proyecto de serie.	68
3.1.1 Análisis de programación.	68
3.1.2 Horario.	68
3.1.3 Público meta.	69
3.1.4 Objetivos.	70
3.1.5 Justificación	71
3.1.6 Sinopsis.	72
3.1.7 Escaleta	73
3.2 Preproducción	75

3.2.1 Break Down	75
3.2.2 Guión Literario	81
3.2.3 Guión Técnico.	84
3.3 Producción	88
3.3.1 Plan de producción	88
3.3.2 Recursos Humanos	91
3.3.3 Recursos Económicos	91
3.3.4 Recursos Técnicos	92
3.3.5 Material	92
3.4 Post Producción	92
Conclusiones	93
Fuentes de Consulta	95

Introducción

El presente trabajo consiste en un proyecto de serie televisiva que toma al béisbol mexicano como tema principal, utilizando diferentes géneros periodísticos para llevar hasta el gusto del televidente dicho deporte.

El texto exclusivamente plantea el proceso teórico correcto para llevar a cabo un programa televisivo de este tipo. Consta de tres capítulos a través de los cuales el lector conocerá desde los orígenes del béisbol, hasta el cumplimiento del objetivo principal.

El primer capítulo explora y analiza la relación actual de la televisión abierta mexicana con el béisbol nacional, expone las posibles causas de su declive y propone algunas soluciones a la problemática.

El apartado intermedio contará al lector la historia del “rey de los deportes”, hablando de sus orígenes y de su camino hasta convertirse en un circuito reconocido y organizado.

Por último, el capítulo tres muestra la forma en la que se desarrolla un programa de televisión hasta el momento en el que debe ponerse en práctica todo lo antes expuesto.

Esta propuesta es necesaria porque deportes que gozaban de una amplia difusión televisiva en la década de los setenta y ochenta, dejaron de aparecer ante la audiencia debido a la pérdida de valor comercial para Televisa.

Particularmente, el béisbol gozaba de una amplia promoción televisiva durante la década de los setenta y ochenta. Contaba con tres transmisiones semanales de partidos de Liga Mexicana, más los partidos de Ligas Mayores que también eran transmitidos.

Paulatinamente, fueron reducidos esos espacios. En primer lugar, el partido de los lunes por la noche fue anulado; posteriormente, las transmisiones sabatinas

también fueron eliminadas. Actualmente no hay un solo programa en televisión abierta nacional que hable específicamente sobre béisbol.

La investigación que más adelante se presenta, analizará y explicará los motivos por los cuales se dejaron de transmitir los juegos de béisbol profesional mexicano a través de televisión abierta, para ello se tomó en cuenta la opinión de cien jugadores amateur, quienes expusieron sus puntos de vista al respecto.

La importancia de este proyecto se encuentra concentrada en el sector de la población al que le gusta el béisbol, pues al ver reducidos o eliminados sus nichos populares de proyección, exigen nuevas opciones que les permitan continuar con su afición. Además, es una propuesta real para llevarse a cabo, misma que enriquecerá la barra deportiva que se presenta en la actualidad.

Asimismo, el levantamiento de datos cuantificables, permitió mostrar un panorama más amplio del que se tenía antes, pues expuso los puntos de vista que tiene la población y sus preocupaciones al respecto.

Por todas estas razones, "BEISHIT", nombre que recibe la presente producción, cobra especial importancia en el ámbito televisivo, ya que vendrá a renovar la programación abierta nacional, incorporando elementos educativos, informativos y promocionales, todos enfocados a la práctica del béisbol en la ciudad.

Igualmente atractivo resulta la oportunidad comercial de un producto único en su clase, dentro de un mercado que no ha sido tomado en cuenta por mucho tiempo. Un estudio realizado en esta investigación, demostró que de cada 10 jugadores, familiares de éstos o aficionados al béisbol, nueve desearían ver un programa con estas características al aire.

Con este porcentaje de mercado cautivo, los anunciantes tendrían un amplio escenario para difundir sus productos obteniendo ganancias.

CAPÍTULO 1 BÉISBOL Y TELEVISIÓN.

La historia de esta relación siempre mantuvo un semblante bajo, de hecho fue un matrimonio poco estable. Paulatinamente la única televisora que transmitía béisbol fue disminuyendo su tiempo al aire, hasta el desenlace fatal.

Actualmente las programaciones deportivas de cualquiera de las dos televisoras de México, no incluyen béisbol dentro de su contenido.

1.1 La presencia del béisbol en la televisión a través de la historia.

"Santo que no es visto no es adorado", así sentencia la sabiduría popular a las figuras que en algún momento de su historia fueron famosas y que por distintas razones desaparecieron del gusto del público. Lo mismo pasó con la vida televisiva del béisbol.

Al principio, atrajo público al parque de pelota y con él llegaron los medios de comunicación, que le dieron cobertura inmediata. La radio fue la primera en capturar el interés de la afición que después de los años 30 se incrementaría gracias a los juegos amateurs y profesionales de sus localidades, donde veían a los hombres que más adelante serían protagonistas profesionales. La oferta radiofónica de la XEW, nos brindaba juegos de Ligas Mayores y del interior de la República. Lamentablemente los directivos no supieron darle rentabilidad y cortaron con estas transmisiones.

Sin embargo, quedan en el recuerdo innumerable cantidad de anécdotas, como esta que se encuentra escrita en el libro *Managers. Liga Mexicana de Béisbol*, de Raúl Mendoza Mancilla, donde dice que: Enrique Contel, gerente de la XEQ, llevaba a un encuentro en el Parque Delta a Alonso Sorno Noriega como cronista, de locutor comercial tenía a Luis Cáceres, como auxiliar a Arturo García, quien posteriormente sería conocido como Arturo de Córdova dentro del mundo del espectáculo. Estas personas intentaron entrar al Parque Delta para hacer su trabajo, sin embargo, Jorge Pasquel no les permitió la entrada,

presionados por hacer su trabajo optaron por tomar como palco de transmisiones un árbol que se hallaba frente a una tienda con teléfono, allá por el área del jardín derecho. Una vez trepados en el árbol, comenzaron a narrar haciendo su enlace al radio a través del teléfono del establecimiento.¹

Esta breve historia nos muestra el acercamiento que los medios tenían al deporte, así de cómo era importante para ellos.

Gracias al carisma de comentaristas como: Bob Canell (en los años 50), Ángel Fernández, Pedro *El mago* Septién, Óscar *Rápido* Esquivel y Enrique Yáñez (en 1960 y 1970), el gusto de la gente por la pelota caliente fue completo. A este esfuerzo se sumó Canal 11 que con su difusión logró un importante avance: familiarizó a la gente con el juego.

Canal 11 tuvo una importante presencia dentro de la difusión beisbolera. Transmitía los jueves por la noche; sábado en punto de las cuatro de la tarde y domingo a las 12 del día desde el parque del Seguro Social, animado por las voces de Tomás *Tomy* Morales y Enrique Kerlegand. Este ritmo continuó hasta el año 1977, gracias a la intervención del licenciado Sergio Pulido, quien abogó para que los juegos de pelota fueran transmitidos aprovechando el apoyo de cámaras propiedad de la Secretaría de Gobernación.

El siguiente en el orden fue IMEVISIÓN que le dio mucha fuerza al béisbol. Transmitía sábados y domingos, así como todos los juegos de playoffs. Lamentablemente, llegados los años 1992 y 1993 la televisora del Ajusco (hoy Televisión Azteca) comenzó a separarse del béisbol debido a la poca rentabilidad que veían en el deporte. Aún hoy el distanciamiento es visible. "En el canal Azteca no pasan nada (de béisbol). En sus programas de los Protagonistas, es muy raro que se hable de béisbol y cuando así ocurre, es muy rápido".²

La relación del béisbol con la televisión nació desde que se hizo el primer control remoto desde el parque Delta (extinto parque del Seguro Social)

¹ Mendoza Mancilla, Raúl. 1925-1997 managers Liga Mexicana de Béisbol, págs. 115-118. Marzo de 1997.

² Entrevista con Tomás Morales Fernández. Cronista de béisbol, 12 de agosto del 2009.

el 21 de marzo de 1951 con el pretexto de la inauguración del canal 2 XEW-TV de Telesistema Mexicano, hoy Televisa.

En este punto comenzó la carrera del béisbol televisado; en la etapa final de 1980 la televisión abierta comenzó a limitar el tiempo de todas las transmisiones deportivas, a causa de la intromisión de la televisión por cable encabezada por Ted Turne, magnate de los medios norteamericanos, conocido entre otras cosas, por ser el fundador de la cadena internacional de noticias CNN, entre otras empresas periodísticas y comerciales.²⁴A partir de este momento Televisa compró la señal de las televisoras norteamericanas, incluido su béisbol, y la puso a la venta ante el público que tuviera las posibilidades de pagarla. "El béisbol dejó de ser visto en la televisión abierta, la gente dejó de tener familiaridad y contacto con figuras que iban surgiendo en el béisbol mexicano"³.

En opinión de Antonio De Valdéz, tradicionalmente, el béisbol ha ocupado un espacio especial entre la población mexicana. Para él, se encuentra entre los tres primeros: "el box tiene un lugar muy importante, lo ha tenido durante años, obviamente el fútbol (soccer) y yo pondría al béisbol. El básquet en algunos lugares del país; el (fútbol) americano de la ONEFA con algunas zonas que están muy identificadas, pero yo lo pondría entre los tres primeros lugares".⁴

Sin embargo, para Alejandro León Cázares, periodista deportivo especializado en béisbol durante más de 20 años, fundador de la revista especializada en béisbol: *Home Run* y reportero del periódico *La Afición*, el llamado "rey de los deportes", ocupa el primer sitio, pues fue un partido desde el Parque Delta con el que la televisión abierta comienza a transmitir deportes, posteriormente se integran la tauromaquia y la lucha libre. "La tv empieza con el béisbol, es el primer deporte que transmite, después ya metió la fiesta brava, las luchas, pero empieza con el béisbol",⁵ asegura.

Durante los primeros años del béisbol en la tv, directivos de ambos bandos, coincidían y presumían la ilimitada duración de los encuentros, pues de esta manera estaban en la posibilidad de incluir la cantidad de anunciantes que desearan.

³ <http://www.tedturner.com/enterprises/home.asp>

⁴ Entrevista con Alberto Fernández de Lara Quesada. Especialista en periodismo colectivo, 3 de junio de 2009.

⁵ Entrevista con Antonio de Valdéz. Cronista Deportivo, 18 de octubre 2009

A pesar de ello, León Cásares afirma que hoy en día el criterio ha cambiado: “cuando comienzan con las transmisiones, ellos presumían mucho, decían: como el partido de béisbol no tiene límite de tiempo, podemos meter los anunciantes que nos dé la gana, da para todo. Ahora el criterio es totalmente opuesto, ahora dicen: como no tiene límite de tiempo no deja. Eso es una mentira, por supuesto que si tienes más tiempo para meter patrocinadores, vas a meter más patrocinios, vas a tener mejores entradas”⁶

A pesar de la gran cantidad de patrocinadores que pueden suponer los tiempos muertos dentro de un partido de béisbol, el artículo 72-A de la Ley Federal de Radio y Televisión dice que: “los concesionarios que cubran con producción nacional independiente, cuando menos un veinte por ciento de su programación, podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad a que se refiere el Reglamento de esta ley, hasta en un cinco por ciento.

“Este incentivo se aplicará de manera directamente proporcional al porcentaje de producción nacional independiente con el que se dé cumplimiento a lo establecido en el párrafo anterior”. Artículo adicionado DOF 11-04-2006.⁷

Las transmisiones fueron desapareciendo incluso del medio televisivo que por tradición cubría los partidos nacionales y extranjeros. Las Ligas Mayores dejaron de tener presencia en Televisa. Los sábados se tornaron aburridos sin el juego del mediodía, tuvimos que aprender a dormir temprano sin el partido del lunes por la noche cuya duración siempre fue desconocida. Todo México estaba pendiente de la próxima actuación de Fernando Valenzuela sobre la loma de pitcheo.

Por su parte, Héctor García Antonio, ex preparador físico de los Tigres Capitalinos, reconoce que la transmisión de los juegos de Liga Mexicana por televisión abierta era una forma muy efectiva de demostrarle al público que el béisbol estaba vivo en la capital, lo que a su vez invitaba a la gente a conocerlo y practicarlo, dándole simpatizantes y practicantes al deporte, evitando con ello su baja demanda en el DF.

⁶ Entrevista con Alejandro León Cásares, reportero deportivo del suplemento La Afición, 30 de Junio del 2009.

⁷ <http://74.125.155.132/search?q=cache:pNtSxsBU6U4J:www.razonypalabra.org.mx/leyes/LFRyT>.

Sin embargo, desde hace muchos años se terminaron las transmisiones de los encuentros nacionales, y tanto en los medios electrónicos como los impresos, se han reducido paulatinamente los espacios para el béisbol.

“Hace algunos años se transmitió béisbol profesional en tv abierta, esa es una de las mejores formas de demostrar que el béisbol estaba vivo, además de que captaba más gente y les daba mayor conocimiento este deporte en el país. Lamentablemente, años tiene que no se da esa situación, y en los medios de comunicación, tristemente, cada vez se van dejando menos espacios al béisbol”⁸, recuerda García Antonio.

Afortunadamente, puntualiza el entrenador, la presente carencia de promoción no provocará la extinción del béisbol en la capital, pero sí limitará el conocimiento que las nuevas generaciones tengan de los diferentes deportes que pueden practicar. Mientras que, los que ya lo practican, se darán cuenta de la disminución en la masificación del deporte. “Con la falta de difusión no va a desaparecer el béisbol pero sí hace merma en las nuevas generaciones. Si deja de haber promoción va ir bajando la masificación del béisbol”⁹, sentencia el entrenador.

Teodoro Higuera hacía lo propio seguro de que sus paisanos lo aplaudían en el parque, en Estados Unidos y en México. Viernes y domingos era necesario revisar la programación por si la pelota empezaba a rodar en el diamante sin previo aviso. Entonces, durante la semana había tres o cuatro días con juegos por televisión abierta, más la oferta de IMEVISIÓN encargándose de la Liga Mexicana.

A finales de la década de los 90 y principio del nuevo siglo, los partidos transmitidos por televisión abierta dejaron de existir. "De repente todo se acabó, yo diría que fue por ahí de la década de los 90 cuando lo desaparecen (béisbol) del mapa las estaciones de televisión abiertas, se acabaron las transmisiones de los juegos.

⁸ Entrevista con Héctor García Antonio. Preparador físico profesional del equipo Tigres Capitalinos, 7 de febrero 2009.

⁹ Idem

En los noticieros deportivos y no deportivos siempre pasaban resultados de partidos de béisbol, tanto de Ligas Mayores como de Liga Mexicana, de pronto dejaron de reportarse con la extensión habitual. Parece que Televisa y Televisión Azteca, no quieren saber nada de béisbol".¹⁰

Pero no tomaron esa decisión a la ligera, ambas empresas tenían en juego jugosas inversiones, mismas que debían cuidar, aunque ello significara el sacrificio de las programaciones tradicionales.

“Además las televisoras compraron equipos de fútbol y comienzan a impulsarlos. Televisa compra equipos, y entonces TV Azteca, que es el otro monopolio, también lo hace. Es cuando surge la rivalidad entre ellas, eso acarrea que en México, los tiempos de televisión, se los den todos al fútbol. Su pensamiento es: nosotros tenemos equipos y hay que hacerlos grandes, hacer publicidad de ellos. El origen del asunto era darle en la torre a la otra televisora, no nomas en el deporte. Ese es el origen de que pasen más fútbol que béisbol”¹¹, asegura León Cásares.

A pesar del desinterés de los medios, la realidad es que el béisbol depende en gran medida de las televisoras abiertas, sin perder de vista el negocio que representa para dueños y accionistas. Para los dueños, en algunos casos, su negocio principal es la venta de peloteros a Grandes Ligas, no la difusión de lo que están haciendo; no tienen una gran mercadotecnia.

Es claro que para nutrir a la televisión se necesitan productos con calidad, es decir, con anunciantes dispuestos a pagar por exhibirse dentro de ese espacio o en su defecto tener un *rating* comprobable por la empresa. Al respecto, el actual comentarista para la cadena ESPN y conductor del programa radiofónico “Ramón es la fórmula” de Grupo Radiofórmula, José Ramón Fernández Álvarez, aclaró tajante que la culpa es compartida: "todo el mundo le hecha la culpa a las televisoras pero la culpa es de la Liga Mexicana que no se ha hecho comercial. No tienen estrategia, no sólo de marketing, sino de nada. Además -continuó- ellos tienen que generar un mercado para que impacte.

¹⁰ Morales, Tomás, loc. Cit.

¹¹ Cásares León, Alejandro, loc. Cit.

Porque tú como televisora compras los derechos de un evento que te va a generar audiencia y por lo tanto ganancias, y el béisbol tiene que generar primero un mercado que produzca audiencia".¹²

La televisión abierta ha truncado el desarrollo de mayor promoción del béisbol, la televisión abierta la ve cualquier clase social, ese factor podría beneficiar a ese deporte.¹³

Al respecto, De Valdéz está de acuerdo en el hecho de que la televisión actual es un negocio que debe percibir ganancias para sobrevivir, para ello se deben presentar programas atractivos para los inversionistas. Sin embargo, el béisbol en México no ha podido lograr esto. "La televisión es un negocio, si lo que se transmite, ya sea de deportes, de espectáculos, cultural, noticieros; si no tiene *rating*, si no tiene venta, sale de la programación, es un negocio lamentablemente.

Uno lo ve románticamente, a mí me vendría de maravilla poder transmitir diario a los Diablos en la tele, pero lamentablemente no es así aquí ni en TV Azteca, así está la situación actualmente con este tipo de deportes; y no solamente es el béisbol, ni la Liga Mexicana: ¿cuándo ves un torneo de tenis en tele abierta; cuándo ves un torneo de básquet en tele abierta?: En realidad han ido desapareciendo ese tipo de eventos deportivos de tele abierta"¹⁴, lamentó el comentarista.

Actualmente, la Liga Mexicana de Béisbol, organismo representante de este deporte en la República, negocia junto con las dos principales televisoras nacionales seis proyectos que incluyen las transmisiones, resúmenes y otros espacios dedicados únicamente al béisbol. De igual forma, trata de encontrar los esquemas adecuados para lograr la presencia permanente deseada mediante un programa semanal o la transmisión de los juegos en vivo desde cualquier sede en territorio azteca.

¹² De Valdez, Antonio, loc. Cit.

¹³ Idem

¹⁴ Idem

Un importante avance en este sentido fue la emisión dedicada al béisbol dentro del programa de televisión *foro televisa deportes*. También el programa especial sobre el juego de estrellas realizado en Puebla con duración de una hora dentro de un horario estelar. Son los avances que hasta la fecha se han logrado, lamentablemente.

El béisbol necesita el apoyo de patrocinadores, de medios de comunicación y de las autoridades para seguir adelante, es un gran producto y que tiene un enorme potencial. De lo contrario se va a quedar donde hoy está y no va a mejorar.

Por su parte, Antonio de Valdéz, cronista deportivo, opina que el béisbol y su transmisión se han convertido en un deporte de nicho, es decir, corresponde a un sector específico y selecto de la población, no a la generalidad de los telespectadores. “Yo creo que se transmite más béisbol actualmente, pero mucho más, de lo que se transmitía hace 15 ó 20 años, lo que pasa es que ahora es por otros medios. Ahora necesitas un sistema de televisión de paga para poder seguirlo, pero se transmite muchísimo más que hace 20 años, eso es indiscutible. Sí llegan a pasar dos o tres partidos al día, lo que pasa es que no es tele abierta esa es la gran diferencia”¹⁵, aseguró Antonio de Valdéz, cronista deportivo con 30 años de experiencia.

Sin embargo, su difusión no puede detenerse en la sencilla transmisión de juegos. Este nivel estaría bien para quienes conocen el deporte y están inmersos en él. Pero la gente que no lo entiende necesita conocerlo a través de su promoción, valiéndose de un programa como herramienta que lo dé a conocer de cabo a rabo.

También los noticieros jugarían un papel indispensable en este sistema, dándole al béisbol tres o cinco minutos para hablar de sus promociones, su rol de juegos y sus jugadores, así le permitiría a la gente conocerlo.

¹⁵ Ibidem, pág. 11

La falta de difusión en televisión abierta ha truncado el desarrollo de la promoción. Esta herramienta es importante debido al gran alcance que logra en el público.

Lamentablemente para el béisbol, las transmisiones por aquellas cadenas que son de paga lo ponen en desventaja ante los deportes difundidos gratuitamente, ya que no cualquier nivel social puede alcanzar los altos costos que implicaría.

De Valdéz recuerda que “antes, para ver un partido de béisbol de la liga mexicana, tenías que esperar a que fuera sábado o domingo, en su momento por Televisa, en su momento por canal 13 que era IMEVISIÓN, en su momento por canal 11, eso era antes, cuando yo era niño.

Ahora en SKY tienes oportunidad de ver tres partidos o cuatro partidos diarios, o en TVC te transmiten todos los juegos de los Diablos en casa. Desde esa óptica, pues entonces no ha bajado la difusión sino al revés, lo que pasa es que hay localizar dónde están esas transmisiones, entendiendo por supuesto que no es lo mismo la tele abierta que la de paga, esa es una realidad.

A pesar del aumento en las transmisiones beisboleras e incluso la integración de un canal exclusivo para el béisbol, el costo para disfrutar de estos aumentó debido a que dichas alternativas se encuentran dentro del sector de televisión restringida, donde las cuotas superan los trescientos pesos mensuales en un país donde la economía de la mayoría de la población no puede cubrir ese “lujo”, convirtiéndose en un deporte elitista que indirectamente discrimina a parte de la población que tradicionalmente gusta de observar este deporte.

La gran masa no está interesada, o por lo menos eso muestran los estudios que se hacen, la gran masa no está interesada en ver un partido de los Diablos Rojos del México en canal cinco, entonces tienen que irse donde están ahora los deportes de nicho o las transmisiones de nicho, es decir: TVC o SKY”¹⁶, aseguró el cronista.

¹⁶ Ibidem, pág. 12

Y como dicen que de la vista nace el amor, la gente interesada sabría de los lugares más cercanos a su domicilio para practicarlo en forma recreativa y espontánea.

En provincia ocurre todo lo contrario al escenario anterior. La divulgación del béisbol en el interior de la República es visiblemente mayor que en la capital. Ha tal grado, que los periódicos locales aguantan el cierre de sus ediciones hasta saber el resultado del encuentro. Hoy en día, ningún periódico capitalino exhibe tanta paciencia.

Para José Luis Mendoza, locutor oficial del club de béisbol Diablos Rojos del México, la promoción de este deporte en el Distrito Federal es nula, lo cual considera triste pues “no se debe dejar de lado el excelente nivel de juego que se tiene en la Liga Mexicana, los niños no conocen la calidad de jugadores que hay en nuestra ciudad”,¹⁷ opina Mendoza.

También consideró lamentable que haya jugadores mexicanos prospectos para Grandes Ligas, desconocidos en su propio país a causa de la nula proyección que tienen a través de los medios masivos. “Es triste que los comunicadores no les brinden un espacio más serio al béisbol”,¹⁸ dice Mendoza.

A pesar de la desaparición del béisbol en televisión abierta, el interés de los ejecutivos, programadores de la televisora que lo transmitió durante muchos años y fanáticos del rey de los deportes aún es tangible, pues la Serie Mundial, encuentro donde se define al campeón del torneo anual, es transmitida con gran difusión y expectación en televisión abierta, no así con el juego de campeonato de la liga nacional, no por falta de aficionados, sino por la ausencia de espacios para ser visto debido a que el fútbol, con 8.4 millones de practicantes, ha abarcado la mayoría de los tiempos televisivos. Asimismo, a lo largo del año son transmitidas notas informativas respecto a los acontecimientos beisbolísticos nacionales e internacionales las cuales son seguidas por los aficionados.

¹⁷ Entrevista con José Luis Mendoza, locutor oficial del club de béisbol Diablos Rojos del México, 15 de marzo del 2009.

¹⁸ Idem

1.1.1. "Fernandomanía" como medio de difusión a favor del juego amateur y profesional.

A pesar de no ser el primer mexicano en Grandes Ligas, sus orígenes humildes lo identificaron rápido y estrechamente con la población mexicana radicada en Los Ángeles California, hogar de los Dodgers equipo en el que participó. Se colocó como un emblema del triunfo ante los mexicanos de ambos lados de la frontera, esta cualidad fue descubierta por los medios de comunicación, en este caso la televisión, que comenzó a abrir espacios en la televisión abierta nacional, donde hablaban del Fernando Valenzuela a través de espacios noticiosos y la transmisión de los encuentros de su equipo.

A la edad de 15 años, Fernando Valenzuela dejó la escuela y firmó un contrato por 250 dólares para jugar béisbol profesional durante tres meses con el equipo de Sonora. A los 17 años fue observado por Mike Brito, un buscador de jugadores de los Dodgers de Los Ángeles. Al siguiente mes, en julio de 1979, el gerente general de los Dodgers, Al Campanis, le ofreció 120 mil dólares, dejando atrás la oferta de los Yanquis de 100 mil dólares. Así comenzó Valenzuela su ascenso al éxito legendario que lo identifica.

Después de lanzar cinco blanqueadas en sus primeros siete partidos, los reporteros de Estados Unidos y Latinoamérica comenzaron a seguir la historia de Fernando. Noventa mil aficionados lo seguían normalmente a sus partidos de liga. Era un fenómeno mediático dentro y fuera de la nación mexicana.

"Prácticamente todos los juegos de temporada de Fernando Valenzuela eran transmitidos por televisión abierta. Así fuera miércoles o jueves en un horario de 11 ó 12 de la noche, la gente se adaptaba y no dejaba de seguir a Valenzuela".¹⁹

El "toro", como fue apodado, sacudió a la nación. Se solicitaban conferencias especiales de prensa después de cada una de sus salidas. Por supuesto que todo México se mantenía al pendiente de sus movimientos.

¹⁹ De Lara Quezada, Alberto, loc. cit.

Incluso fue catalogado por la revista *Playgirl* entre los diez hombres más *sexys* del mundo. Toda esta difusión detonó el gusto por el béisbol en México; las ligas pequeñas estaban llenas, los campos de béisbol llanero siempre estaban usados. "Durante seis o siete años Fernando Valenzuela era visto por todo México, por donde quiera veías números 34 en las camisas, todo mundo era Valenzuela".²⁰

La ola de popularidad del sonoreense cobró mayor fortaleza en tierras mexicanas en gran parte por la cercanía de California con el territorio nacional. De igual forma, el equipo al que llegó el "Toro" fue el idóneo debido al público que lo apoyaba. Si la novena hubiera estado ubicada en algún otro estado de la unión americana donde la población mexicana no fuera una minoría con tanta presencia, el éxito del pelotero sonoreense no hubiera sido el mismo.

²⁰ Entrevista con Jorge Navarrete Platas, manager del equipo de béisbol representativo de la Facultad de Estudios Superiores Aragón. 29 de mayo de 2009.

“Cuando llega Fernando Valenzuela al béisbol de Grandes Ligas, todos lo consideraban como un ‘indio mexicano’, sin embargo, puso de cabeza a las Ligas Mayores: en un solo año fue trofeo Cy Young (trofeo otorgado al mejor pitcher del año), novato del año, bat de plata por ser el mejor pitcher bateador. En un solo año se hizo ídolo”²¹, recuerda Alejandro León, reportero especializado en béisbol en el periódico La Afición por más de 30 años.

Debido a la rápida popularidad que cobró la persona de Fernando Valenzuela, todo su entorno también se convirtió en foco de atención para los medios de comunicación de la época.

Etchohuaquila, Sonora, una ranchería enteramente desconocida para el resto del país hasta ese momento, brilló con luz propia al hacerse público que este fue el lugar donde nació el “Toro” Valenzuela. La figura mexicana del béisbol norteamericano, regresó a su tierra natal y construyó un campo de béisbol en la escuela primaria donde había estudiado, además de poner en el mapa a la aquella población del norte de la república.

Incluso no era necesario saber nada sobre béisbol para vivirlo con pasión y disfrutarlo tanto como el más veterano de los aficionados.

“En el caso de Fernando Valenzuela, cuando comienza la *fernandomanía* y se empiezan a transmitir los partidos en vivo, se convierte en un fenómeno bien interesante con muy buenos ratings, gente que no veía el béisbol, que ni siquiera lo entendía, ¡ni siquiera lo entendía!, empezó a ver los juegos de Valenzuela y poquito a poquito empezó a entender el béisbol.

Pero muchos veían a Fernando porque era un tipo atractivo, te jugaba las nueve entradas, y siempre estaba peleando por ganar y aunque no supieras bien las reglas, con entender que si lanzaba y el otro abanicaba, ganaba Fernando; y si el de los Dodgers pegaba *home run*, con eso ganaba Fernando, pues era más que suficiente, no tenía que aprenderse las reglas”, asegura el comunicador.²²

²¹ León Cásares, León, loc. cit.

²² De Valdez, Antonio, loc. cit.

A pesar del éxito obtenido en la difusión del béisbol americano y su práctica a nivel amateur, quien sufrió los sinsabores de esta racha fue la Liga Mexicana. Esta se vio desbancada del gusto de la afición, ante el espectáculo que representaba Valenzuela. La gente dejó de ir al parque para ver partidos profesionales mexicanos para disfrutar de los juegos televisados. Hasta la prensa abandonó a la Liga.

A pesar de lo anterior, es irrefutable la difusión que la carrera del *Toro* Valenzuela alcanzó. Gracias a este hecho, el deporte de la pelota caliente recibió nuevos bríos.

"A lo mejor nos hace falta que llegue una figura de ese calibre para retomar la popularidad del béisbol".²³ Tal vez tenemos a más figuras, incluso, y aún los medios no las han tomado en cuenta.

"Si hablamos de jugadores de exportación, está por encima del fútbol inclusive, hablando en ese sentido, específicamente con todos los jugadores que están en grandes ligas y en ligas menores. Sería maravilloso que hubiera otro (Valenzuela). Yo creo que el béisbol tiene muy buen nivel; independientemente de la difusión que tenga en la televisión abierta o en los periódicos, ese es un punto aparte. Pero el nivel del béisbol mexicano es muy buen nivel, es competitivo, ahorita puedes armar un equipo y lo vas a ver en el Clásico Mundial de Béisbol, puedes armar un equipo de 20 ó 25 figuras muy importantes, casi todos "ligamayoristas", los que no, superestrellas de liga mexicana y que van a tener una participación muy destacada en el Clásico Mundial. Una cosa es el nivel y otra es la difusión"²⁴, opina De Valdéz.

Actualmente tenemos 23 "*toros*" jugando en las Grandes Ligas y uno en Japón (la segunda liga más competitiva):

²³ Navarrete Platas Jorge, loc. cit.

²⁴ De Valdez, Antonio, loc. cit.

Nombre del jugador	Equipo al que pertenece	Sueldo
Esteban Loaiza	Atléticos de Oakland	21.3 mdd*
Vinicio Castilla	Padres de San Diego	3mdd
Elmer Dessens	Reales de Kansas City	3.4 mdd
Ricardo Rincón	Cardenales de San Luis	2.9 mdd
Luis Ignacio Ayala	Nacionales de Washington	2.2 mdd
Oliver Pérez	Metz de Nueva York	10 mdd
Jorge Cantú	Mantarrayas de Tampa Bay	416 mil dólares
Erubiel Durazo	Atléticos de Oakland	4.7 mdd
Ismael Valdéz	Marlines de Florida	1.5 mdd
Juan Gabriel Castro	Mellizos de Minnesota	1 mdd
Humberto Cota	Piratas de Pittsburgh	627 mil dólares
Rodrigo López	Orioles de Baltimore	3.9 mdd
Oscar Villarreal	Bravos de Atlanta	615 mil dólares
Dennis Reyes	Padres de San Diego	550 mil dólares
Gerónimo Gil	Orioles de Baltimore	342 mil dólares
Miguel Ojeda	Marineros de Seattle	325 mil dólares
Alfredo Amézaga	Atléticos de Oakland	320 mil dólares
Adrián González	Padres de San Diego	316 mil dólares
Jorge de la Rosa	Rockies de Colorado	317 mil dólares
David Cortés	Rockies de Colorado	200 mil dólares
Karim García	Buffalos de Orix	1.5mdd
Ramiro Peña	Yanquis de Nueva York	
Edgar González	Padres de San Diego	
Geovani Gallardo	Cerveceros de Milwaukee	
Joaquín Soria	Royal de Kansas City	

*Mayor sueldo pagado a un mexicano en la historia Fuente: Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del Béisbol Mexicano, México, Redsa, 2009, octava edición, p.102.

A esta lista debemos agregar a: Óscar Robles de los Dodgers de los Ángeles, Edgar González de los Diamondbacks de Arizona y Jorge Campillo de los Marineros de Seattle. Quienes aún no aclaran su situación salarial con sus respectivos equipos, pero ya fueron requeridos para militar en ellos. ²⁵

²⁵Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del béisbol Mexicano, México, Redsa, 2005, octava edición, p. 102.

La lista de nombres se podría ampliar temporada tras temporada, lo que se mantiene inmutable es el talento de los peloteros mexicanos quienes han encontrado la consagración en la gran carpa a base de trabajo, pues frente a ellos encuentran jugadores dominicanos, puertorriqueños, venezolanos y japoneses, además deben ser mejores que los afroamericanos y blancos norteamericanos. A pesar de todos y todo, casi todos los mexicanos en Grandes Ligas han sido estrellas.

Cabe mencionar que el primer latino en ser Champeon Bat de la Liga Americana fue Beto Ávila, quien por supuesto era mexicano y único en el país, en ganar un campeonato de bateo en Grandes Ligas.

1.1.2 Autodifusión de equipos profesionales y amateurs.

Al igual que los conjuntos profesionales, en el llano hay nula difusión para las propias escuadras hecha por ellas mismas. Éste es un factor importante que las franquicias beisboleras han dejado de lado sin tener en cuenta su gran importancia. La falta de interés ha derivado en la pérdida de patrocinio e imagen, es decir, la capacidad del béisbol como un producto que venda y resulte atractivo para la gente se ha perdido completamente.

La imagen externa es algo de lo que no se habla, sin embargo, tanto los equipos como la Liga Mexicana "consienten" a sus integrantes mejorando los viajes e incluso acondicionando superficies como el Foro Sol, las cuales ofrecen mayor bienestar a los atletas.

La Federación Mexicana de Béisbol es el organismo gubernamental coordinador de todos los eventos relacionados con su materia. Actualmente la conforman 38 asociaciones estatales, sus entrenadores reciben la capacitación adecuada a través de convenios celebrados con esa institución.

Hoy hay 14 ligas amateurs repartidas en el Distrito Federal; antes había 22, pero la reestructuración de la ciudad deportiva Magdalena Mixuca las retiró de circulación. La promoción de las actividades y torneos que se llevan a cabo son difundidos mediante carteles dentro de las ligas pequeñas en el D.F. y avisos

escritos a cada oficina participante. "Ya cada presidente de asociación se encarga de promover y hacer crecer el béisbol en su estado".²⁶

A pesar de este esfuerzo, expertos en la materia desestiman el trabajo de las autoridades a cargo, dicen que no han visto nada, por lo menos que se sepa, que haya hecho Alonso Pérez (presidente de la Federación Mexicana de Béisbol) desde que está al frente de la Federación. Primero dijo que no le importaba el DF. No ha hecho nada para salvar al béisbol amateur en la capital".²⁷

Para las ligas pequeñas, la difusión de sus equipos y actividades es tarea que se hace en casa. Lamentablemente, este esfuerzo se acaba ahí, debido a la falta de un seguimiento adecuado que coloque a los jóvenes peloteros en ligas superiores de edades libres donde puedan continuar con su desarrollo deportivo. Así, las nuevas generaciones no alimentan a los equipos que están formados por jugadores veteranos, quienes a su vez abandonan el deporte debido a los impedimentos propios de su edad, acabando para siempre con esos conjuntos.

Lamentablemente la salud económica de los equipos de la Liga Mexicana, si bien no es preocupante, tampoco permite grandes lujos, como se le podría considerar a la autodifusión, ya que de escoger entre un buen cuarto bat que pueda decidir un partido o espacios publicitarios en la TV, las escuadras se han venido decidiendo por lo primero durante los últimos años. Así lo comenta De Valdéz: " La autodifusión es una opción, lo que pasa es que los costos son altísimos; si tu quieres media hora en canal 5,4 ó 9, en fin, en el canal que tu quieras, te va a salir en un dineral, es una buena opción, pero, ahora sí que todo es económico. Yo creo que prefiere tener a un cuarto bat para ganar los partidos. El tiempo en TV no sólo es la media hora, también tienes que producirlo y no se hace con tres pesos, no es tan fácil"²⁸, lamenta.

Hablando de las ligas de categoría libre, donde la edad no es requisito para integrarse a un equipo, no podemos pensar en difusión de equipos a una

²⁶ Entrevista con Enrique Mayorga Betancourt. Vicepresidente de la Federación Mexicana de Béisbol, 28 julio 2009.

²⁷ Gabriela Morales Casas. "Quién se \$%&/*!# al béisbol?". *Semanal Día Siete*, 2 de abril de 2006, Béisbol, pp. 52-59.

²⁸ De Valdez, Antonio, loc. cit.

escala más amplia que no sea la transmitida de viva voz entre jugadores. Incluso pocas personas saben de las ligas que aparecen impresas en los periódicos los fines de semana, ésta aunque austera, es una forma más privada de difusión.

En el resto de la República, donde la Liga Mexicana tiene equipos, cada escuadra hace su propio esfuerzo con la televisión abierta local y regional.

Al igual que en otros estados de la federación, el Distrito Federal debe trabajar en la difusión de su equipo de béisbol. Para León Cásares, la autodifusión es cien por ciento viable, sin embargo los dueños de los equipos, que son empresarios, no están consientes de la importancia que tiene la difusión de sus propios encuentros y de su "marca", es decir, el nombre de su escuadra, "lo que pasa es que los empresarios del béisbol son como todos los empresarios mexicanos. Tú escucharás muy frecuentemente que pierden en el béisbol, que nada más están ahí porque tienen mucha afición por el juego, ellos le llaman perder a no ganar lo que tenían pensado que iban a ganar, pero no pierden, nadie es tan tonto como para estar perdiendo dinero. Algunos de los propietarios de equipos ya les cayó el veinte de que ellos mismos pueden pagar su publicidad tanto en radio como en tv"²⁹, aclara León Cásares.

A pesar de estos límites, la mejor herramienta propagandística de los equipos amateur en la capital del país es la que ellos mismos se procuren con sus resultados. Sin importar la falta de disposición de algunas ligas de la ciudad por trabajar en conjunto con la Asociación de Béisbol del Distrito Federal, la actuación de la selección distrital en los años 93 y 94 ha sido la mejor en 10 años. Tomando en cuenta la escasez económica, la falta de atención gubernamental y la desintegración, el octavo lugar en un concurso nacional es excelente para la reputación del béisbol capitalino. "El béisbol capitalino estaría entre los mejores cinco a nivel nacional, pero desgraciadamente la falta de interés de las ligas no permite hacer buenos selectivos".³⁰

²⁹ León Cásares, Alejandro, loc. cit.

³⁰ Mayorga Betancourt, Enrique, loc. cit.

Anualmente son celebrados Campeonatos Nacionales de Béisbol con sedes en diferentes estados. Durante el 2010 Coahuila, Sonora y Monterrey serán los anfitriones de estas competencias en las que participan atletas de entre 5 y 18 años.

Estas competencias son importantes para los jugadores, pues representa un escaparate importante donde tienen concentrada su atención buscadores de talentos de grandes ligas. En esta ocasión el Instituto del Deporte del Distrito Federal pudo apoyar al selectivo con la transportación, los demás gastos serán absorbidos por los entusiastas jugadores que asistirán.

“En casi todos los estados del norte las condiciones son muy distintas. La selección de Nuevo León cuenta con un presupuesto especial proporcionado por el gobierno del estado para satisfacer sus necesidades económicas, autobús propio, "batboy", doctor y psicólogo para sus peloteros”.³¹

No es un problema actual, al paso del tiempo ha habido un distanciamiento severo de los medios de comunicación y el gobierno con los empresarios que se encuentran detrás de los equipos profesionales. En México murió la idea de concebir al deporte, hablando en general, como inversión; para asimilarlo como gasto.

Al respecto, José Luis Mendoza, voz oficial de los Diablos Rojos del México, aclara que los clubes se han acercado a los medios, sin embargo no se explica, dice, porque llega un momento en el que se rompen las negociaciones.” Yo creo que cuando se tiene que hablar de medios de comunicación, ahí es donde se rompe la cadena, ya no llega la información a toda la gente”³², explica.

Al ser cuestionado sobre la opción que sería la autodifusión como una oportunidad de abandonar el anonimato en los medios nacionales, señaló que así ha sido: “en el caso particular de los Diablos Rojos, tienen muy buena relación, en el caso de hacer avisos importantes, cuentan con espacios en los periódicos, pero son insuficientes”³³, acepta el locutor.

³¹ Mendoza, José Luis, loc. cit.

³² Idem

³³ Idem

Para ejemplificar lo anterior, José Luis Mendoza nos cuenta que “cuando los Diablos Rojos salen a jugar a Veracruz, Monterrey, Yucatán, es decir a provincia, los estadios son insuficientes porque todo mundo, en provincia, conoce de béisbol.

Pero aquí en la ciudad, tienen que competir contra Cruz Azul, Pumas, América, contra el teatro, el cine, muchísimos eventos. Si a todo eso le agregas que el béisbol profesional se juega diario; una familia promedio no puede ir a todas las series a causa del gasto. Es difícil, el béisbol tiene que competir contra muchas cosas”³⁴, platica José Luis Mendoza mientras firma autógrafos en las pelotas de más de 30 niños de la Liga Lindavista que forman una fila frente a él, en el marco de la inauguración de la temporada 2009.

1.2. Declive de la difusión.

A mediados de los años 80, México estaba sumido en una profunda crisis económica. Lógicamente la gente tuvo que distanciarse de los estadios. El entorno económico del país en general presentaba un desgaste crítico, asimismo la solvencia para asistir al béisbol era menor cada día.

A partir de este momento el béisbol se ha visto frente a problemas que tienen su raíz en la falta de dinero e infraestructura.

La Liga Mexicana de Béisbol, la más importante y única representante del profesionalismo en el país, declara no tener un presupuesto a su disposición para poner en marcha un plan de medios que contemple la adquisición de espacios en televisión o radio; el financiamiento de una campaña con espectaculares, anuncios en el metro o en diferentes áreas.

La problemática crece al observar la ausencia de anuncios publicitarios, por lo tanto, los patrocinadores no creen que el béisbol tenga audiencia suficiente para generar un buen negocio.

³⁴ Ibidem, pág.23

Un caso representativo de la disminución en la difusión del béisbol, tanto profesional como amateur, es el del periódico deportivo La Afición, el cual, durante la década de los años 80 y parte de los 90 publicaba el rol de juegos de las ligas amateur del DF, mantenía seis páginas interiores con contenido beisbolero, así como notas referentes al béisbol.

Sin embargo, fue absorbido por otro periódico, disminuyendo la jerarquía del diario a “suplemento”. Otro factor muy importante en su desaparición, fue el de eliminar el slogan que hizo ganar al rotativo un gran respeto y renombre ante sus lectores. Dicha frase decía así: “el primer diario deportivo del mundo”.

La nueva administración, al encontrar que tales palabras no eran ciertas a cabalidad, dejaron de imprimirlas. Esta decisión provocó que cerca del 90 por ciento de los cautivos lectores de La Afición, revocaran sus suscripciones, afectando la economía del medio.

Alberto León, quien laboró en dicho periódico cerca de 20 años, nos platica sobre la eliminación del slogan que identificaba a La Afición. “Qué importa que no fuera del mundo, de cualquier forma fue el primero de México, pero fue el primero. Entonces quitarlo de golpe, así nada más por capricho, es medio tonto, tenía un prestigio ganado hace muchos años, ya no era La Afición, ya no era lo que los suscriptores querían, ya no estaban las plumas que ellos buscaban”³⁵, lamenta.

El periodista reconoce que la devaluación de los contenidos se debe a la carencia de experiencia y oficio en los nuevos directores que llegan.

“En alguna ocasión, Don Pepe González Torres, que en paz descansa, acaba de fallecer, era el director del sistema de William Sport para el béisbol infantil en México, me platicó que una vez habló con Francisco González, dueño del Milenio, allá en Monterrey y Pepe le dijo: le están dando en la torre a La Afición, es un periódico de mucho prestigio. A lo que contestó: mira Pepe, a mí mientras me den la lana que yo requiero cada 30 días, con eso estoy feliz, me vale gorro lo que hagan con el periódico. Ahí está la prueba, ¿qué está pasando?”³⁶, declaró León.

³⁵ León Cásares, loc. cit.

³⁶ Idem

En opinión de Héctor García Antonio, preparador físico del equipo profesional los Tigres Capitalinos durante 10 años y actual impulsor del béisbol en Iztapalapa, la difusión es un factor muy importante para cualquier empresa, y el béisbol no es la excepción.

Considera como un desperdicio que haya buenos prospectos de peloteros en la capital del país sin ser tomados en cuenta debido a la falta de promoción y todo el desconocimiento que rodea al béisbol en el DF.

“Hace falta mayor difusión del béisbol en este país, tenemos una gran cantera de peloteros y niños. Es triste ver que no le den esa difusión, que no le den esa consideración que se merece al rey de los deportes aquí en esta ciudad”³⁷, opina García Antonio.

Al igual que tiempo atrás, se intentó llevar a cabo un juego de béisbol en el zócalo de la capital, durante el 2008 y previo al Clásico Mundial de Béisbol, se pensó en realizar un concurso de home runs a manera de protesta en el mismo lugar, con la intención de llamar la atención del gobierno local hacia este deporte y la situación por la que estaba atravesando, “para que se viera más y el público en general supiera que el béisbol sigue vivo.

Las gestiones ante el que en ese momento era el director del Instituto del Deporte del Distrito Federal, Pablo de Antuñano ya tenían grandes avances, además Alejandro Hütt, un reconocido promotor del béisbol en nuestro país, estaba enterado de la intención y estuvo de acuerdo en colaborar para traer a los peloteros que participarían, así como con la promoción del evento.

Al enterarse de los planes de la comunidad beisbolera, las autoridades deportivas del DF recomendaron que no se llevara a cabo la protesta, a cambio de eso, se retomaría la atención por el béisbol sin necesidad de llegar a esa situación. Sin embargo, dice García Antonio, las condiciones se mantuvieron, nada cambió significativamente, “nosotros vemos que sigue el béisbol a la baja y sí nos preocupa que no exista esa difusión que se merece. En esa cuestión seguimos a la baja, afortunadamente se sigue jugando béisbol en la ciudad”³⁸, considera.

³⁷ García Antonio, Héctor, loc. cit.

³⁸ Idem

Al respecto, De Valdéz coincide al afirmar que no solamente el béisbol sufre el abandono de las televisoras. "Cada vez hay menos eventos deportivos en la tele abierta, no es sólo el béisbol, cada vez hay menos eventos deportivos y todo esto va relacionado con el negocio, con el "raiting", con el impacto que causa a las grandes masas y no al asunto de las transmisiones de nichos. Cuando tú, por ejemplo, quieres seguir la Copa Davis entre Argentina y España, las televisoras tendrían que invertir ocho horas de transmisión un viernes, ¿qué televisora va a darte ocho horas de transmisión en tele abierta? Ninguna, ninguna, así es ahora la televisión, es una historia completamente distinta a lo que vivimos de niños.

El béisbol no va a desaparecer de la capital, mientras haya gente tan apasionada de este deporte como Alfredo Harp o como Roberto Mansur o como Pepe Marrón, seguirán existiendo los Diablos en la capital sin duda, ya que son los dueños de los Diablos".³⁹

Este es el mayor problema que se enfrenta en México, la carencia de una economía saludable aleja al público y mantiene en el anonimato a los jugadores que necesitan del reconocimiento de la gente para que el juego se pueda promocionar por sí mismo. Sin embargo, el producto es mal vendido. En el norte de la república, Chihuahua, Sonora o Sinaloa los amateurs cobran 50 pesos la entrada a sus partidos, estas ganancias son utilizadas por la propia liga para hacer más por el deporte. Quizá la solución es hacer al béisbol más popular entre la gente.

Así fue hasta el año 80, "en ese tiempo el béisbol por sí solo se promovía. Por ejemplo cuando había un duelo México- Tigres la gente se desplazaba por sí sola. Pocos aficionados conocen a los jugadores porque falta esa identificación con el pelotero".⁴⁰

³⁹ De Valdez, Antonio, loc. cit.

⁴⁰ Entrevista con Ramón Hernández. Jugador profesional retirado, 2 de agosto de 2009.

A escala personal, el entusiasmo por la práctica es mermado por el costo de los accesorios.

El uniforme de un jugador necesita: gorra, camisola, sudadera, calcetas y pantalón; todo esto con un costo aproximado de 480 pesos. El precio de los *spikes* (calzado especial para jugar) oscila entre 400 y 1000 pesos. Un guante o manopla cuesta de 355 a 1,980 pesos. Dando un total de 1,500 pesos por persona, sin contar la pelota, la cual se debe adquirir por 50 pesos aproximadamente y por lo general después de un juego ya no son reutilizables.

En contraste, otros deportes permiten el uso repetido de los utensilios, sin que sufran deterioros mayores. Un patrocinio sería una solución factible, pero la falta de éste le da el paso libre al fracaso de los equipos amateurs.

La otra lucha que sostiene es la falta de infraestructura para practicar. El ejemplo más claro de esta condición fue la demolición del parque del Seguro Social que albergó desde sus inicios a este deporte. Representaba ante la gente un icono y un estandarte del béisbol en México.

En el Distrito Federal las instituciones deportivas estaban a cargo del Instituto del Deporte del Distrito Federal. A raíz del otorgamiento a las delegaciones para su administración, éstas hicieron de las instalaciones, canchas de usos múltiples "en el afán de conseguir un dinero extra".⁴¹

Las cuotas vigentes para el uso de instalaciones destinadas al béisbol en la delegación Gustavo A. Madero son las siguientes:

Campo empastado con medidas reglamentarias.	\$320.00
Campo empastado sin medidas reglamentarias.	\$280.00
Campo sin empastar con medidas reglamentarias.	\$220.00
Campo sin empastar sin medidas reglamentarias.	\$80.00

Fuente: Federación Mexicana de Béisbol

⁴¹ Mayorga Betancourt, Enrique, loc. cit.

Consecuentemente, diversos campos de béisbol han desaparecido a manos de otros deportes u otros fines distintos al deporte. "Quien debería haber pugnado porque estos campos de béisbol no desaparecieran es el presidente de la federación. Sin embargo, es poco el interés a si absorben o no los campos".⁴²

Otro golpe duro para el béisbol en el Distrito Federal, fue el cierre del tradicional Parque del Seguro Social en el año 2000. Con la esperanza de alcanzar las mismas entradas, el Foro Sol abrió sus puertas encontrándose sorpresivamente con el desdén de la *fanaticada* que poco a poco fue negándole su presencia hasta alcanzar, en el 2005, niveles de asistencia inferiores a mil asistentes, cuando el inmueble está diseñado para albergar a 26 mil personas.

Contrario a esto, la remodelación de la ciudad deportiva Magdalena Mixuca a cargo de Carlos Albert, director del Instituto del Deporte, durante su administración que comenzó en el año 2000 y fue suspendida un año más tarde por supuestas irregularidades en la renovación de la Cd. Deportiva, provocó que 15 de los 24 campos de béisbol desaparecieran y los nueve restantes fueran hechos por personas sin conocimiento sobre el deporte. "En un área cuadrada para dos campos metieron cuatro. En otros metieron dos, pero los jardineros centrales juegan detrás de la loma de pitcheo del campo de enfrente, representando un peligro constante para los jugadores".⁴³

Los peloteros demostraron su inconformidad realizando un juego de pelota en pleno Zócalo de la capital, frente a las oficinas de gobierno. Dicha protesta hizo que la autoridad capitalina platicara con los beisbolistas llegando a acuerdos que pasaron por alto. Al respecto, los deportistas inconformes llevaron a cabo un plantón frente a la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, consiguiendo entablar pláticas con los diputados a cargo del tema. Sin embargo, las instalaciones quedaron como estaban.

⁴² Morales, Tomás, loc. cit

⁴³ Entrevista con Juan José Luébbano Riubí, presidente de la Asociación de Béisbol del Distrito Federal, 21 de octubre del 2009

En opinión de Toño de Valdéz, la condición de la difusión del béisbol en el DF por televisión abierta siempre ha sido la misma, no ha variado. “En realidad, en TV abierta se pasaba béisbol de Liga Mexicana una vez a la semana y se pasaba hace 30 años. Yo llevo en televisa casi 30 años y partidos de liga mexicana, transmití uno en 30 años. Estamos hablando de que esto no es de hace 5 años; o que a raíz de la ida de Fernando Valenzuela se vino para abajo el béisbol, ya pintaba para ser de esa manera. No es que no interese, esto es de nichos muy establecidos y muy marcados, no es América vs Chivas que te va a dar 20 puntos de rating, desgraciadamente”.⁴⁴

José Luis Mendoza, voz oficial de los Diablos Rojos, confiesa que a raíz de la salida del equipo y posterior demolición del Parque del Seguro Social, así como del cambio de casa de los Tigres Capitalinos a Quintana Roo, el béisbol se ha visto muy afectado en el Distrito Federal, debido a que los aficionados acostumbrados al inmueble de viaducto dejaron de asistir al Foro Sol.

Sobre el riesgo que corre el béisbol de desaparecer de la capital gracias a la escasa promoción, reflexionó que eso depende del soporte que los aficionados le den al deporte con su asistencia a los encuentros.

Mendoza declaró que previo al Clásico Mundial de Béisbol 2009, la televisión abierta no le daba promoción a un evento de talla internacional como lo era éste. “Me siento frustrado y triste de que haya más promoción del encuentro Cruz Azul contra Pumas que del mismo Clásico Mundial, ¡qué bárbaro!”⁴⁵, lamenta Mendoza.

De esta manera expuso la problemática que representa la monopolización de los espacios de promoción por parte otros deportes, dejando para el béisbol tiempos “irrisorios” de publicidad.

⁴⁴ De Valdez, Antonio, loc. cit.

⁴⁵ Mendoza, José Luis, loc. cit.

1.3 Soluciones al problema.

En marzo de 2004 Andrés Manuel López Obrador, al frente del gobierno de la Ciudad de México, convocó a un congreso de béisbol capitalino, en donde se enteró de las carencias a las que se enfrenta este deporte en la capital.

Elevados costos impuestos por autoridades delegacionales para el uso de las instalaciones, falta de promoción y difusión y la pérdida de instalaciones otorgadas a otros deportes fueron las quejas que se escucharon en la reunión. Al respecto, el jefe de gobierno asumió el compromiso de crear un patrimonio deportivo evitando así que las instalaciones con las que se cuenta actualmente desaparezcan.

Tomando como base el acuerdo al que se llegó en el congreso, la Asociación de Béisbol del Distrito Federal elaboró una relación de las instalaciones destinadas al béisbol que se tienen en cada delegación y deportivo de la ciudad, con la intención de ser registradas ante Patrimonios Inmobiliarios de la Ciudad de México por la licenciada Dione Anguiano Flores, directora del Instituto del Deporte del Distrito Federal en ese momento y así conservar las instalaciones que aún existen. Lamentablemente, el proceso se mantiene suspendido.

Más ideas en torno al salvamento del béisbol capitalino han sido vertidas. Una de ellas es "invitar a equipos profesionales para que hagan pretemporada en los campos amateurs para que se identifiquen con la gente".⁴⁶

La identificación del jugador con el público ha sido siempre un factor muy importante en el desarrollo de cualquier deporte. Anteriormente, los aficionados tenían a su alcance revistas como *Superhit* que contenían información sobre los peloteros, esto permitía un conocimiento más cercano a la gente.

"Yo creo que un programa de béisbol en el ámbito amateur y profesional, atraería no sólo al practicante, sino a su familia, a sus amigos. Involucraría a mucha más gente".⁴⁷

⁴⁶ Navarrete Platas, Jorge, loc. cit.

⁴⁷ Idem

Patrocinar un programa donde se hable solamente de béisbol no sería una tarea imposible en las televisoras interesadas en la ampliación de su programación.

Si las televisoras se interesaran en adquirir franquicias de Liga Mexicana, significaría un importante paso hacia la mejora de la difusión del béisbol mexicano en televisión abierta.

"Buscar socios como la cervecería Cuauhtémoc- Moctezuma que como parte de su apoyo a la Liga Mexicana y al béisbol instalará próximamente en varias ciudades de la República espectaculares y carteleras de béisbol".⁴⁸

La necesidad de acercar el béisbol a la afición es primordial para su difusión. Por ello la creación de una revista mensual que pueda dar a conocer información de la liga se vuelve una realidad. Bajo el nombre de *LMB* (Liga Mexicana de Béisbol) 20 mil ejemplares salieron publicados, para distribuirse entre los 16 equipos de la liga, correspondiéndoles mil a cada uno y tres mil 500 copias comienzan a circular entre los puestos de revistas, sin embargo la emisión de estas revistas se detienen con el término de la temporada de verano.

"Acercarnos con las mascotas, con los jugadores, a escuelas, hospitales y a las comunidades e invitarlos a los estadios. Invitar a las ligas pequeñas y recuperar esas generaciones, volver a poner el béisbol de moda".⁴⁹

Anteriormente, el máximo organismo de béisbol, la Liga Mexicana de Béisbol (LMB) era conocido por muchos nombres. Esta condición no le permitía posicionarse con certidumbre ante el público. Actualmente, hay un solo nombre para designar a este organismo. LMB es ocupada ahora con la finalidad de tener veracidad al referirse a la liga.

Esta estrategia de identificación también va a traer consigo una serie de artículos relacionados con el béisbol los cuales tendrán el logotipo oficial de LMB.

⁴⁸ Entrevistas con Alejandro Hütt Valenzuela. Presidente del Comité Organizador del Clásico Mundial de Béisbol en México. 25 de julio de 2009.

⁴⁹ Idem

Para el 2008, México fue elegido como una de las sedes del segundo Clásico Mundial de Béisbol (CMdB), el primero se llevó a cabo en Estados Unidos, dicho nombramiento viene a darle el empuje que necesita el béisbol para popularizarlo entre la gente.

“El CMdB se hace para tratar de aumentar la popularidad del béisbol y no solamente en México, sino en Puerto Rico, en República Dominicana, en Japón, en Corea, donde se juegue Béisbol de buen nivel, esta es otra manera de hacer crecer la pasión por el deporte. No es lo mismo que apoyes a los Dodgers, o a los Diablos o a los Dragones de Corea, a que apoyes a tu país y eso lo saben perfectamente los de Liga Mayor y todas las federaciones y ligas del béisbol de todo el mundo, porque la pasión por tu selección, por tus colores, por tu país, es muy distinto al amor que le tienes a tu equipo favorito. No es tanto para promocionar el béisbol, es más bien buscar otro nivel de pasión, de atractivo, de interés y de negocio, por supuesto”⁵⁰, asegura De Valdéz.

Sin embargo, el evento tiene la duración de una semana, tiempo en el cual será muy difícil instalarlo de manera definitiva en el gusto permanente del público.

A pesar de esto, se puede contar con que el aficionado, como se dice, “de hueso colorado”, quien continuará apoyando a su equipo a lo largo de la temporada, con evento internacional o no.

Al respecto, Toño de Valdéz opina que: “es una semana y se acabó. Yo sé que hay gente que no soporta comparar al béisbol con otros deportes, pero bueno: la Selección Mexicana de Fútbol va a jugar 24 partidos en el 2009, incluidos 10 de eliminatoria mundialista. Y el CMdB van a ser tres juegos, y si calificamos, otros tres o cuatro, en 15 días se acabó todo. Es muy difícil con eso, a lo mejor se vuelve una cosa de moda y se llena el Foro Sol y la gente se apasiona y se emociona, es como cuando de repente viene la final de Diablos contra Tigres, o contra Sultanes, como la de este año, y entonces el Foro casi se llena, pero se vuelve una cosa de moda, pero no termina de ser algo en que la gente este pensando permanentemente, ¡las masas, estoy hablando de las masas! no el aficionado al béisbol, ese con Clásico Mundial o sin él va a seguir apoyando a su equipo y va a estar en el estadio”⁵¹, aclara.

⁵⁰ De Valdéz, Antonio, loc. cit.

⁵¹ Idem

Cualquier campaña promocional sería muy útil para ayudar al béisbol, y serviría tremendamente para dárselo a conocer a la gente, pero existe una manera que asegura la permanencia del béisbol, no sólo en el gusto de quienes lo conocen, sino más importante aún, en el corazón de las nuevas generaciones.

Hace 10 años las Grandes Ligas trajeron a suelo mexicano un partido de exhibición entre las Mantarrayas de Tampa Bay y los Piratas de Pittsburg, al mismo tiempo promocionaron el béisbol en las delegaciones políticas de la capital a través de un programa denominado: "Pitch, Hit and Run", desafortunadamente Iztapalapa fue la única demarcación que adoptó y hasta la fecha mantiene su interés en este esquema.

La duración del proyecto no está determinada por una fecha específica o una cualidad exacta, depende directamente del apoyo de las autoridades, mismas que se muestran cooperativas pues, para el momento de esta entrevista, acababan de dar cascos, almohadillas y arreos de catcher a los equipos que conforman la liga.

Actualmente, seis profesores técnicos y dos coordinadores de béisbol se mantienen trabajando en 16 escuelas de la delegación Iztapalapa con la aprobación de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

De acuerdo con Francisco Escobar Ocádiz, coordinador de Béisbol en Iztapalapa, los habitantes de la demarcación estuvieron de acuerdo en implantar una liga infantil, ya que no contaban con ninguna en ese momento, mientras que la población de niños era alta.

De tal manera que cada sábado se reúnen 500 niños en cuatro campos adaptados a su capacidad y tamaño dentro del deportivo Santa Cruz Meyehualco, mismos que le dan servicio a ocho equipos de 15 elementos cada uno, integrados todos en una liga de competencia.

Dicho programa consiste en enseñar los fundamentos teóricos básicos del béisbol, así como las formas correctas de bateo y fildeo dentro de las instalaciones de sus respectivos centros escolares. Posteriormente se asignan días específicos de la semana en los cuales se visita el deportivo Santa Cruz Meyehualco, al sur de la ciudad, de esta manera cuentan con cuatro campos de béisbol adaptados a las necesidades de los pequeños donde pueden aplicar lo aprendido en las escuelas.

A pesar del nivel de organización y éxito con el que cuenta el proyecto actualmente, tuvo inicios difíciles. Las particularidades propias de este deporte producen mayor demanda de material especializado como: bats para niños, guantes, spikes (calzado especial) y pelotas, el cual conlleva gastos considerables, es en este punto donde encontraron el primer impedimento real para su práctica pues son los padres de familia quienes deben solventar esas necesidades.

Actualmente las edades de los niños con los que se trabaja, van de los nueve a los 13 años de edad. En el primer año de instaurado oficialmente el programa, los resultados se notaron pues lograron participar por primera vez y con buenos resultados en unas Olimpiadas Infantiles, este esfuerzo los llevó a tener presencia como el primer equipo patrocinado por la SEP que representó a Iztapalapa.

Héctor García Antonio, asegura que “fue muy difícil echar a andar este proyecto por una circunstancia muy importante, lo que es el programa de educación física a nivel nacional, maneja materias pre deportivas, normalmente son fútbol soccer, básquetbol y voleibol, por obvias razones ya que con estos deportes nada más ocupas una pelota o balón y ya le das cobertura quizá a todo un grupo o casi todo un grupo de educandos”.⁵²

Afortunadamente, el béisbol contó con valiosos aliados que procuraron la puesta en marcha de este proyecto. Entre ellos, un apasionado de este deporte, Elías Troncoso Calderón, director general de la Unidad de Servicios Educativos de Iztapalapa, quien defendió desde la trinchera política-

⁵² García Antonio, Héctor, loc. cit.

administrativa la instauración de él en las escuelas públicas. Era un apasionado del béisbol, cuando llega a ocupar su cargo, la primera solicitud que hace a la Coordinación de Educación Física, a cargo de Leidi Cantillo en ese momento, es la creación de equipos de béisbol integrados por niños dentro de esa demarcación política.

Una vez aceptada la petición ante la SEP, comenzó el proceso de selección del personal que ayudaría en la tarea, para ello se pensó en gente preparada profesionalmente. Héctor García Antonio, tenía casi un año de haber terminado la carrera en la Escuela Nacional de Educación Física con una especialidad en béisbol, contaba con los conocimientos técnicos para sacar adelante la situación, además trabajaba para la SEP de Iztapalapa, condiciones que lo hacían el elemento idóneo. Así que fue uno de los afortunados invitados a formar parte del programa.⁵³

Posteriormente, la organización y puesta en marcha dentro de las escuelas fue más rápida, debido a la anuencia de las autoridades superiores. “Tú sabes que dando la orden el director general y la coordinadora de educación física, ya lo demás sale más fácil”, asegura el profesor.

En el béisbol la tenencia de material óptimo para el desarrollo de la actividad es básica, sin él se torna difícil e incluso imposible su práctica, e incluso con el beneplácito de las autoridades educacionales, la disponibilidad de material se convirtió en un problema. Sin embargo, de acuerdo con García Antonio, la imaginación y la voluntad lograron hacerlo progresar: “como había limitación en los recursos materiales, tuvimos que ser muy creativos, sobre todo con elementos que me permitieran trasladarlos al campo de béisbol”.⁵⁴

Lo primero era lograr que los niños entendieran correctamente las diferentes técnicas que tiene el béisbol para desarrollar una posición determinada. En el caso del bateo se utilizaron palos de escoba como *bates*, pelotas de esponja o unicel, todo el material se iba adaptando a las necesidades y circunstancias de los niños.

⁵³ Ibidem, pág. 35

⁵⁴ Idem

Tres de las 16 escuelas que integraron este programa, cuentan con maestro de Educación Física y un maestro especialista en béisbol, de manera tal que se imparten clases de ambas asignaturas.

Ante el desarrollo de las actividades y los buenos resultados, los directores de las instituciones educativas se han mostrado complacidos, principalmente, dice Escobar Ocadiz, al entusiasmo que muestran los menores y sus padres.

De acuerdo con el profesor Escobar Ocadiz, se puede calificar como un éxito, el hecho de “que los niños ya en un momento dado prefieran jugar béisbol que fútbol, yo creo que es el éxito del programa, creo que cuando uno logra eso es porque está funcionando, además de darles la oportunidad de conocer un deporte muy diferente. Definitivamente los niños desarrollaron un gusto por la actividad, debido a la participación en torneos, la motivación de padres y profesores, así como el instinto de competitividad. Tengo mamás que se acercan a platicarme que ya no aguantan a sus hijos por la insistencia en venir al entrenamiento”.⁵⁵

“Inclusive, durante el entrenamiento hay papás acompañando a sus hijos. Los propios padres de familia me han dicho que los niños nada más están esperando a que sea fin de semana para venirse a jugar, eso también nos indica que está funcionando el proyecto y los maestros”⁵⁶, asegura Escobar.

Al paso de 10 años, el número inicial de las escuelas fundadoras de este sistema ha disminuido, actualmente participan seis de las 16 iniciales, además de dos colegios de la zona que no cuentan con maestros especializados, cualidad que sí comparten las demás. Esta excepción no es impedimento para que sus alumnos participen de la liga.

Pocas personas saben de la existencia de esta liga, generalmente recurren a las más populares y conocidas como Liga Maya, Olmeca o la de Tranviarios, todas asociaciones civiles que persiguen un fin lucrativo.

⁵⁵ Entrevista con Francisco Escobar Ocadiz. Coordinador de béisbol en Iztapalapa, 28 de enero 2009.

⁵⁶ Ídem

En la de Iztapalapa “no se cobra ni un quinto, ni *ampalleo*, ni el préstamo de los campos. El material es cien por ciento de las escuelas y con el recurso que otorga la delegación y generan los papás”⁵⁷, asegura Escobar Ocádiz.

En el caso del espacio para practicar, se tuvieron que ajustar a los patios de sus respectivas escuelas, lugares donde principalmente se trabajan los fundamentos en ciertas áreas determinadas, incluso se utilizan mallas para el bateo. Normalmente, toda la cuestión técnica se maneja en el interior de las escuelas donde está activo el programa; los sábados o algún otro día entre semana, los profesores salen a aplicar todo lo aprendido, a los campos de béisbol del deportivo Santa Cruz Meyehualco de nueve de la mañana a 12 del día.

Después de un determinado periodo de tiempo, los estudiantes mostraron el dominio ideal de la técnica, era en ese momento cuando se empezaba a surtir el material (bates, guantes, pelotas, etc) de manera gradual y dosificada.

“Nosotros tenemos que hacer trabajos muy específicos o integrales, a manera de que todos los niños trabajaran y aprovecharan al máximo el material que tenemos a disposición”⁵⁸, explica García Antonio.

Después de tres meses de espera, el material de trabajo llegó por completo gracias a la intervención de Troncoso Calderón, durante ese tiempo fueron practicadas las estrategias que se manejan a cualquier nivel pre-deportivo, es decir, crear mejores cualidades físicas en el niño, fomentar la estimulación de habilidades técnicas, coordinativas, sociales y disciplinarias.

En opinión de García Antonio, México es un país beisbolero por tradición, también mantiene una gran cantidad de jugadores en las Ligas Mayores, además de que su circuito profesional es reconocido mundialmente con nivel Triple A, un escalón antes de Grandes Ligas. Por lo anterior, se puede deducir que el béisbol nacional tiene talento para brillar en el extranjero.

⁵⁷ Escobar Ocádiz, Francisco, loc. cit.

⁵⁸ García Antonio, Héctor, loc. cit.

Todo este talento también lo podemos encontrar en los niños que habitan el DF, tan sólo en esta entidad existen más de ocho ligas infantiles organizadas, mientras que nivel nacional no se tienen contabilizadas la cantidad de asociaciones de este tipo.

A pesar de esta infraestructura provista por los padres de los niños y asociaciones privadas, la difusión de estos lugares ha sido escasa, pero sus impulsores no se detienen y como parte de esta tarea se han dedicado a derrumbar el prejuicio que habla del “aburrimiento” que conlleva el béisbol. De acuerdo a las observaciones de García Antonio, después de que un niño empieza a tener acercamientos con el mundo del béisbol y conoce sus fundamentos, le encanta.

A nivel individual, fomenta la unión familiar y el carácter de de los pequeños, así como el sentimiento de competencia constante, por ejemplo: cuando se encuentran un bateador y un pitcher; o entre los elementos de un equipo a la defensiva contra los ofensivos. “Después de que un niño saborea o empieza a tocar un campo de béisbol o a conocer sus fundamentos, les encanta el béisbol, es un deporte muy noble, muy familiar y sobre todo forma su carácter desde pequeño

Yo veo a los padres de familia encantados, el béisbol es un deporte que te da para convivir con las familias, hay una integración muy bella, es muy especial el béisbol pues se da un acercamiento más directo con los niños y sus padres. Una de las principales exigencias de nosotros como profesores, es que los niños vayan acompañados de sus padres o de uno al menos, tutor o familiar, eso hace que tome mayor importancia. Incluso hay padres de familia que utilizamos como apoyos en el campo, provocando una mayor integración con sus hijos y con el juego”⁵⁹, asegura García Antonio.

⁵⁹ Ibidem, pág.38

Asimismo, Pedro Pablo de Antuñano, director del Instituto del Deporte del Distrito Federal (IDDF) en 2007, declaró durante el año pasado que el 2009 sería el año del béisbol en el capital, debido a que, de acuerdo con él, del 2008 hacia atrás, había estado “muy olvidado, los campos habían sido sustituidos por campos de fútbol irregulares”.⁶⁰

Al respecto, la institución dirigida por el político impulsó un proyecto de apoyo en tres grandes líneas: la primera fue la instauración de escuelas técnico deportivas para los niños con expeloteros de grandes ligas; segundo, la creación de una liga conformada por funcionarios de gobierno, buscando el objetivo de comprometerlos a rescatar los campos de béisbol después de darse cuenta de las condiciones que mantienen las instalaciones; por último, gestionaron ante las instancias competentes la organización del Clásico Mundial de Béisbol 2009 conjuntamente con algunos peloteros de la ciudad y del país, así como con el apoyo de Alejandro Hütt Valenzuela, presidente de ALHUVA Entretenimiento y dueño de los derechos de comercialización del Clásico Mundial de Béisbol en México.

En palabras de De Antuñano Padilla, las iniciativas que tomó respecto al béisbol durante su gestión continúan trabajando, sin embargo, el cambio de administración provocó que se detuvieran los proyectos.

Después de que los burócratas tuvieron la oportunidad de participar en esa liga de béisbol, misma que lleva su tercera temporada, se lograron rescatar ocho campos que servían como tiraderos de basura, uno de esos espacios estaba incompleto, mientras que otros se encontraban tan cercanos unos de otros, que durante los encuentros que se desarrollaban en ellos, los jugadores invadían el parque de enfrente, representando un peligro constante para la integridad física de los jugadores.

Adelantó que de obtener un lugar en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) seguirá ayudando al béisbol presionando a los gobiernos delegacionales para que rescaten los campos de béisbol,

⁶⁰ De Antuñano, Pedro Pablo, loc. cit.

los concesionen, para que bajen los costos de las cuotas y de esa manera los niños puedan continuar entrenando.

De Antuñano se refirió principalmente a la importancia de darle continuidad al proyecto que está trabajando en el IDDF, el cual busca expandir el béisbol en todo el Distrito Federal.

Para José Luis Mendoza, voz oficial del club de béisbol Diablos Rojos del México, la promoción de este deporte en el Distrito Federal es nula, lo cual considera triste pues “no se debe dejar de lado el excelente nivel de juego que se tiene en la Liga Mexicana, los niños no conocen la calidad de jugadores que hay en nuestra ciudad”⁶¹, opina Mendoza.

También lamentó que haya jugadores mexicanos prospectos para Grandes Ligas, desconocidos en su propio país a causa de la nula proyección que tienen a través de los medios masivos. “Es triste que los comunicadores no les brinden un espacio más serio al béisbol”⁶², dice el locutor.

⁶¹ Mendoza, José Luis, loc. cit.

⁶² Idem

CAPÍTULO 2 ORÍGENES DEL BÉISBOL

2.1 Nacimiento del béisbol amateur.

A lo largo del tiempo, todas las civilizaciones del mundo han tenido la necesidad de inventar juegos que revelen sus creencias, costumbres o simplemente para su propia diversión. El caso del béisbol fue en sus inicios una simple diversión que se practicaba con un palo y una bola en lugares tan impensables como Egipto, Grecia y Persia. Sin embargo, comenzó a practicarse en la Europa de la Edad Media, ramificándose a su vez en distintas versiones de la misma raíz. Aún son difíciles de rastrear las rutas que tomó este rudimentario juego para llegar hasta Europa.

Acerca del origen del béisbol no existen documentos o excavaciones que puedan profundizar por completo sobre los juegos con bolas y palos, los primeros datos escritos de juegos similares provienen del antiguo Egipto donde las diversiones con bolas y palos tenían su origen en rituales de la fertilidad y algunas veces en juegos de mujeres con poca ropa.

Mosaicos encontrados hace dos mil años en la casa de un noble cartaginés describen una actividad parecida al béisbol, no es difícil imaginar que el pasatiempo del hombre en aquella época era golpear piedras con palos.

Los juegos de pelota, conocidos eventualmente en Europa rápidamente fueron incorporados a las ceremonias cristianas. Durante la Edad Media, la catedral de Reims, Francia concluye sus servicios de pascuas con un juego donde se golpea una pelota con un palo. Juegos similares fueron comunes desde Austria a Francia.

Cuando estos juegos cruzaron el canal de la Mancha en 1330, algunos clérigos ingleses sugirieron que el juego de pelota de pascua fuera separado del campo de la iglesia. Rápidamente se cambiaron a la campiña donde agregaron más taburetes que tenían que ser rodeados si el bateador tenía éxito al golpear la bola. Los niños de escuela ingleses plantaron postes en el suelo como bases

para reemplazar los taburetes. El juego, ahora principal actividad entre los niños, fue conocido como béisbol al menos hasta 1700.⁶³

Las crónicas de la colonización española descubiertas por historiadores e investigadores del tema, registran ya desde épocas remotas como el descubrimiento del Nuevo Mundo, datos que avisaban sobre la existencia de un juego de pelota primitivo entre los aborígenes antillanos al cual llamaban "batos".

Por su parte, en Inglaterra ya tenían conocimiento de un juego de procedencia escocesa, llamado "fun-o". Con herramientas semejantes como el bate y la pelota. Este pasatiempo era practicado seis siglos antes a nuestros días. En el siglo XVIII aparecen escritos que mencionan la palabra "baseball".⁶⁴

También existía el "Old cat" (gato viejo), el cual consistía en tomar un pedazo de palo o leña y batear un gato de madera en forma de pescado. Este juego creció y se transformó en un bateador, un pitcher y dos bases. Lo que se bateaba después, era una pelota. La mecánica del juego consistía en que el niño, al golpear la pelota, corría desde ese punto hasta otro lugar que se llamaba base, para después regresar al lugar de donde había partido. Era out si el rival cogía la pelota bateada en el aire o al primer bote.

El número de niños que tomaban parte en el juego determinaba el número de bases. De acuerdo al número de ambos equipos el juego era llamado: un gato viejo, dos gatos viejos y así sucesivamente. Este juego fue popular en las calles de Brooklyn, EUA hasta 1920.⁶⁵

La colonización de los territorios norteamericanos fue efectuada por las dos principales compañías mercantes de su tiempo, alquiladas expresamente para dicha tarea, la Virginia Company of Plymouth y la London Company trajeron consigo un pasatiempo semejante al críquet inglés, éste se instaló principalmente en Nueva York, donde la aristocracia joven dedicaba mucho tiempo al aprendizaje del nuevo deporte. Suplantaron las estacas que se usan tradicionalmente en el críquet, por almohadillas.

⁶³Comité Ejecutivo de la Federación Mexicana de Béisbol. Reglamento oficial de béisbol, pp. 9 y 10. 10 abril 1991.

⁶⁴Álvarez del Real, María Eloisa. *Compendio deportivo mundial*, Estados Unidos de América, América, 1976, p.233.

⁶⁵http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-01.htm



Ilustración del Juego Old Cat

Fuente: http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-01.htm⁶⁶

Para 1845 un joven llamado Alexander Cartwright dibujó el primer diamante para béisbol. Un año más tarde, en 1846, se puso a prueba el nuevo juego en un campo de Hoboken, New York entre una escuadra de esta ciudad y un club llamado los Knickerbocker.

Las reglas de esta nueva versión empezaban a tomar cierto parecido con las que rigen el béisbol actual. En ésta nueve hombres formaban un equipo, un turno al bate se llamaba "una mano", una carrera anotada se le llamaba "as". El primer equipo que anotara 21 "as" ganaba. Los accesorios para jugar eran diferentes: la bola que usaron para ese encuentro estaba condimentada con hule duro y sólido. El bate tenía un lado ancho y aplanado para poder golpear la bola, todos estos detalles hicieron crecer la popularidad de este juego.

Por su parte, Boston jugaba Rounders, un nuevo entretenimiento integrado por un lanzador o alimentador, que enviaba la bola a un golpeador o bateador, este intentaba hacer contacto con la esférica, haciéndola volar lo más lejos posible para después correr apresuradamente hacia el tronco de un árbol o una estaca. El explorador o fildeador, otro integrante del equipo que defendía, tenía la función de recoger la pelota y pegar con ella al corredor antes de que este pudiera llegar a casa o home.

Cada vez más personas se sumaron a este nuevo juego, se hicieron necesarias más estacas en el suelo, alrededor de las cuales tenían que correr

⁶⁶Ibidem pág.43

antes de llegar nuevamente al home. A este nuevo juego se le llamó Town Ball o Pelota del Pueblo. Estas dos disciplinas fueron los antecesores de lo que hoy conocemos como baseball.⁶⁷

La escritora inglesa Jane Austen menciona un juego llamado béisbol en su novela *Northanger Abbey* publicada en 1818. Por otro lado, un grabado en madera que ilustra un libro para niños de 1774 llamado *A little pretty pocket book* del escritor John Newbery, muestra como en la Inglaterra del siglo XVIII se practicaba un juego en el cual se usaban bases. Aclara la autora que en realidad diferentes juegos antiguos usaban bases y pelotas y corrían entre muy popular en Londres y en ciudades americanas entre 1762 y 1787.

En un manuscrito de 1344, existe una ilustración en la que se observa un conjunto de monjes que miran como uno de sus compañeros está a punto de batear una pelota que va a lanzar una monja. De acuerdo con algunos historiadores, esta imagen indica a estas personas jugando una forma primitiva de béisbol. Fue descrito por primera vez en el libro de William Clark *The boy's own book* publicada en 1828 y en Ball, bat and bishop, historia y origen de los juegos de pelota, se establece de forma muy concluyente una conexión entre el rounders y el béisbol, sin embargo se tiene la hipótesis de que el rounders, el cricket y el béisbol se derivan de algún juego de tiempos anteriores que posiblemente fue evolucionando.⁶⁸

Los ingleses introdujeron este deporte por primera vez en el continente americano, específicamente en Norteamérica. La versión original fue ramificándose en distintas versiones que fueron conocidas como: rounders, feeders y hasta base ball".

⁶⁷ http://www.1800beisbol.com/baseball/Deportes/Latino_Baseball/ANTECEDENTES_y_ORIGENE_S_DEL_BEISBOL/

⁶⁸ Selecciones del Reader's Digest. Verdades y mentiras, hechos insólitos y extraordinarios, pag. 278, 26 mayo 1989.

Con esta palabra se designó un entretenimiento que guarda un importante parecido con el deporte actual. Contaba con: lanzador, bateador, receptor y jugadores de cuadro. Utilizaban dos postes a manera de bases en lugar de sacos o almohadillas.

Hacia 1750 los ingleses introdujeron en sus colonias americanas dos juegos, el cricket y el rounders, que iban a constituirse con el tiempo en los ancestros del béisbol. Los dos juegos se hicieron muy populares entre los jóvenes de la época. A pesar de haber llegado juntos, cada uno se arraigó en lugares diferentes: el cricket se desarrolló en Boston y el Rounders en Nueva York.⁶⁹

En 1907, Abner Doubleday fue nombrado creador del béisbol por una comisión dispuesta expresamente para averiguar el verdadero origen del “rey de los deportes”. A partir de este nombramiento las investigaciones históricas no se hicieron esperar. Pronto llegaron a la conclusión: el béisbol ya existía desde el siglo XVIII, aunque en formas menos desarrolladas. Echando por tierra el título que se le había dado a Doubleday.

Por otro lado, la mayoría de los autores coinciden en señalar a Alexander J. Cartwright como la persona que escribiera en 1845, por primera vez, las reglas del béisbol moderno y significó el primer paso hacia el béisbol moderno.

Bajo dichas reglas, presentadas y aprobadas por la fundación Knickerbockers New York Base Ball Club, se celebró el primer juego de béisbol amateur en los Campos Elíseos de Hoboken, Nueva Jersey, el 19 de junio de 1846. En sus inicios, el béisbol fue meramente amateur, contando con el apoyo de la afición.⁷⁰

En México en los años anteriores a 1924, el béisbol era jugado sin ninguna organización, es decir, el formato por el cual era regido presentaba una libertad total. Los jugadores podían militar en un equipo por la mañana mientras que por la tarde jugaban en otro distinto dentro del mismo circuito. Igual se podía adquirir peloteros en cualquier momento de la temporada.

⁶⁹Comité Ejecutivo de la Federación Mexicana de Béisbol. Reglamento Oficial de Béisbol, pags. 9 y 10, 10 abril de 1991

⁷⁰Idem

Este desorden reinaba principalmente en la capital de la república mexicana, Veracruz, Monterrey, Mérida y Puebla, las ciudades más importantes en ese momento y con mayor índice de beisbolistas. Este intento inicial por jugar organizado es el antecedente más directo del béisbol llanero o de aficionados, lugar de partida para el profesionalismo.

2.2 Desarrollo del béisbol hacia un deporte reconocido y organizado.

Para hablar verdaderamente del desarrollo del béisbol, tenemos que dejar en claro que este deporte se hizo fuerte en un principio por su popularidad como el único amateur en la Unión Americana. Después de 23 años ya era popular entre los aficionados. Esta característica lo llevó a la profesionalización. Este momento histórico tuvo lugar en Cincinnati.

Desde que inició la competencia interciudades, los incentivos económicos a los jugadores fueron mantenidos en secreto por mucho tiempo. Entonces Cincinnati decidió transparentar lo que sutilmente ya se venía haciendo. Formó un equipo completamente profesional llamado "Red Stockings" cuya nómina total alcanzaba los nueve mil 500 dólares, de los cuales, mil 200 eran para el único jugador nacido en Cincinnati. A partir de este momento, el deporte que se había mantenido en el gusto del público, siendo meramente amateur, dejó de serlo, marcando la división entre amateurismo y profesionalismo.⁷¹

Para el 17 de marzo de 1871, los jugadores se organizaron en la Asociación Nacional de Jugadores Profesionales de Béisbol (National Association of Professional Baseball Players) con sede en Nueva York. Integraba a 24 equipos.

Boston Red Stockings (Atlanta Braves)

Chicago White Stockings (Chicago Cubs)

Cleveland Forest Citys

Fort Wayne Kekiongas

New York Mutuals

⁷¹<http://www.1869reds.com/history/>

Philadelphia Athletics
Rockford Forest Citys
Troy Haymakers
Washington Olympics
Brooklyn Atlantics
Brooklyn Eckfords
Baltimore Canaries
Middletown Mansfields
Washington Nationals
Washington Blue Legs
Baltimore Marylands
Philadelphia White Stockings
Elizabeth Resolutes
Hartford Dark Blues
Philadelphia Centennials
New Haven Elm Citys
St. Louis Brown Stockings
St. Louis Red Stockings
Keokuk Westerns

Fuente: <http://www.beisbolendirecto.com/el-beisbol/historia-del-beisbol-moderno.php>

La Asociación Nacional de Jugadores Profesionales de Béisbol, es el triste antecedente de una de las dos ligas que conforman al béisbol norteamericano moderno. Al paso del tiempo, los sobornos y las apuestas habían hecho presa a la Asociación de Jugadores; la situación fue insostenible, así que fue necesario crear un nuevo circuito libre de estos vicios.

Así nació el 2 de febrero de 1876 con sede también en Nueva York, la Liga Nacional (National League). Este organismo era formado por ocho equipos. Tenía características conservadoras entre las que se observaba la prohibición de los partidos dominicales, así como el consumo de bebidas alcohólicas en los parques. También cobraba 50 centavos por mirar los encuentros.

Después, en 1880, surge una liga menor que después de un año alcanzó el rango de liga mayor. La Asociación Americana (American Association) contaba con dos ventajas sobre la Liga Nacional: este circuito permitía el béisbol dominical y la entrada a sus parques costaba 25 centavos.⁷²

La Nacional no soportó la presión y pidió un acuerdo entre las dos ligas en 1883. En él se realizaron concesiones mutuas, especialmente en cuanto a los contratos de los jugadores. Uno de los logros del acuerdo fue la celebración de la primera serie entre los campeones de los dos bloques. Este acontecimiento tuvo lugar en 1884.

Todo trabajador tiene derecho a tener un sindicato, así después de que el béisbol se desarrolló normalmente por algunos años, los jugadores de los equipos formaron en 1885, la Hermandad de Jugadores Profesionales (Brotherhood of Professional Ball Players) que pretendía conseguir mejores condiciones salariales, proteger a los jugadores en cuestiones como la "cláusula de reserva" - donde se establecía que un jugador pertenecía a un club a menos que fuese cambiado, vendido o puesto en libertad -, multas y otros aspectos.⁷³

Los jugadores inconformes de la hermandad decidieron fundar la Liga de Jugadores (Player's League) un tercer circuito. Sin embargo, tres asociaciones en circulación complicaron las cosas, perjudicaron la asistencia en los parques y la nueva coalición tuvo que salir de circulación.

Al desaparecer la Liga de Jugadores, la forzosa reasignación de los elementos que jugaban en ella contribuyó al conflicto entre la Liga Nacional y la Asociación Americana. Igualmente las pérdidas financieras presentadas por la fuerza AA de béisbol fue uno de los elementos que produjeron el fin de la American Association en 1891. Los equipos que la integraban se mudaron a la Liga Nacional. Desde ese momento se ha jugado con las dos normas que heredó al béisbol la Asociación: los partidos dominicales y el control arbitral de la liga.⁷⁴

⁷² <http://www.americanassociationbaseball.com/office-history.php>

⁷³ <http://mlb.mlb.com/pa/info/history.jsp>

⁷⁴ Idem

"Ban" Johnson, escritor deportivo; Charlie Comiskey, manager de los rojos de Cincinnati, y Cornelius McGillicuddy (Connie Mack), fundaron en 1900 la otra liga que hasta la fecha conforma al béisbol norteamericano: la Americana (American League), que abrigaba ocho escuadras. Esta liga pertenecía a las ligas menores, pero cambió su nombre de Asociación del Oeste (Western Association) por Liga Americana. No obstante, Johnson no pretendía parar ahí, tenía planeado colocar franquicias en varias ciudades del Este. A pesar de su interés, sus esfuerzos fueron ignorados.

Antes de 1903 ambas ligas superaron las diferencias que derivaron del ignorado intento de Johnson por establecer franquicias y en ese año se celebró la primera Serie Mundial moderna. Poco les duró el gusto, porque en 1904 nuevamente luchas entre las dos ligas suspendieron el recién nacido "clásico de otoño".

Las guerras afectan en muchos sentidos, uno de ellos fue el deporte que durante la Primera Guerra Mundial sufrió la mínima asistencia de los aficionados a los parques. Una vez terminado el conflicto mundial la fanaticada regresó a los diamantes.

El béisbol también vivió de cerca la segregación racial. Sin embargo, Jackie Robinson llegó a los Dodgers de Brooklyn en 1947, traído por Branch Rickey para romper con la barrera del color.

Así fue como el béisbol continuó creciendo y expandiéndose, hasta llegar a cifras inimaginables años atrás. Un ejemplo de esto fue en 1962, cuando la cantidad de escuadras participantes dentro de la Liga Americana aumentó de ocho a 10. Como siempre ninguno de los dos circuitos ha querido rezagarse, así que la Liga Nacional siguió el ejemplo al año siguiente engrosando sus filas con dos nuevos equipos. La máxima participación fue alcanzada en 1998 con 30 equipos en el torneo. Dentro de la Nacional, Arizona; por la Americana, Tampa Bay.

Debido al volumen que presentaban ambos circuitos de competencia durante este año, se tomó la decisión de establecer dos divisiones en cada liga, una

oriental y una occidental. El campeón de la liga sería el equipo que resultara ganador después de cinco juegos entre los primeros lugares de cada división.

El fortalecimiento del béisbol se ha llevado a cabo durante su fase amateur, este camino hacia la profesionalización ha estado lleno de apariciones y desapariciones de asociaciones y ligas, pero era inminente la llegada de este deporte hasta donde se encuentra ahora.

2.3 Llegada y expansión a territorio mexicano

La relación entre México y Estados Unidos no ha sido sólo política, sino también deportiva. De quién, si no, hubiéramos recibido esta influencia. Desgraciadamente el béisbol llegó a nuestro país en un momento poco generoso para el deporte, es decir, durante la dictadura de Porfirio Díaz. La población estaba más preocupada por los tiempos difíciles que se vivían.

Involuntariamente el progreso de Díaz trajo consigo la pelota y el bate. Junto con el telégrafo y las carreteras, el ferrocarril fue parte del desarrollo económico que la dictadura dio al país.



Texas; Sonora, Guaymas; Tamaulipas, Nuevo Laredo; Nuevo León, Cadereyta Jiménez.
Entidades en disputa por el título del primer lugar en México donde se jugó el primer partido de béisbol. Fuente: http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-03.htm

Para asesorar la construcción de vías férreas, el gobierno mexicano buscó la ayuda de Estados Unidos, que a su vez encomendó a Johnny Tayson para supervisar las obras.

En el mapa anterior podemos observar algunos estados de la república marcados con estrellas rojas, éstas son las entidades que reclaman ser las poseedoras del título como el primer lugar donde se llevó a cabo el primer juego de béisbol dentro del territorio mexicano. El estado de Texas también está señalado, refiriéndose a la época en que pertenecía a México.

Trabajadores mexicanos complementaron a los obreros norteamericanos quienes en sus ratos libres enseñaron a los locales a jugar béisbol con bates y bolas, pero sobre todo con estrategia beisbolera. Existen diferentes datos sobre el lugar y fecha del primer juego en territorio mexicano. Uno de ellos dice que en Nuevo León, en 1870, se jugó uno de los primeros partidos en nuestro territorio. La fecha exacta sobre el primer encuentro no se puede determinar a ciencia cierta, ya que esta vía de introducción no fue la única.⁷⁵

El mar fue otro vehículo para el béisbol. En 1877 marineros de los barcos estadounidenses Montana y Newborne anclaron en el puerto de Guaymas, Sonora, en la Costa Occidental de México y enseñaron a los obreros locales a jugar. Sólo 10 años tuvieron que pasar para que el béisbol tocara las puertas de la capital donde se formó el Club México junto con un lugar recreativo familiar; este deporte siempre se ha destacado por tener muy clara esa característica de sana convivencia. Inmediatamente surgió el Club Nacional de Ferrocarrileros reclamando el mano a mano contra Club México.

También el sur de México, particularmente Yucatán, se vio permeado gracias a la inmigración cubana que fluyó a la península en gran medida durante el último tercio del siglo pasado, en 1890, debido a las luchas independentistas que se gestaban en la vecina nación antillana.⁷⁶

⁷⁵ Oleksak M. Michael, Oleksak Adams, Mary. *Béisbol. Latinoamericanos en las grandes ligas*, México, Edamex, 1991, p.31.

⁷⁶ Lara C, Joaquín. *Historia del Béisbol en Yucatán (1890-1906)* Tomo I, pags. 7-8, 1ra edición 1953.

Los caribeños enseñaron el juego con reglas y estilos a los niños de Mérida. Pronto se formaron equipos amateurs integrados por chicos de la clase alta. A pesar de ser un deporte apropiado para la élite yucateca, el gusto por el deporte desbordó a las clases obreras que hasta hoy en día apoyan al béisbol.

A mediados de 1890 llegó a la península yucateca, procedente de la Habana, Cuba la corbeta de matrícula española Ciudad Condal. A bordo viajaba la familia de Don Fernando Ursais: doña Gertrudis Rodríguez de Ursais y sus tres pequeños hijos con la intención de establecerse en Yucatán.

Entre los juguetes de Juan Francisco, Fernando y Eduardo se encontraban un bat y una veja pelota Spalding re forrada por ellos mismos. Por los mismos rumbos, niños de la comunidad se reunían cerca del domicilio de los jóvenes Ursais para jugar el “toro-petate” un entretenimiento popular y tradicional del lugar. Por su parte, los hermanos recién llegados se dedicaron a jugar a la pelota provocando el asombro de sus pequeños compañeros, pues lo que miraban era extraño para ellos. Sin embargo, poco a poco se fueron uniendo a los peloteros, naciendo así el béisbol callejero en la esquina de las calles 61 y 68 de la ciudad de Mérida.⁷⁷

Por su lado, las Ligas Mayores ya conformadas para 1890, descubrieron las ventajas que ofrecía el Caribe para jugar a la pelota durante las temporadas invernales. El primer equipo norteamericano en visitar un país latino para jugar béisbol fue el de los Gigantes de Nueva York, que llegó a Cuba en el mismo año. Sin embargo, cinco años más tarde, la lucha cubana por la Independencia, ahuyentó a los equipos anglosajones orillándolos a buscar nuevas alternativas para jugar pelota.

Desilusionados, voltearon la mirada hacia el occidente, hacia México y encontraron un país ansioso por jugar al béisbol. Así fue como durante los primeros años del nuevo siglo equipos de Cuba y Estados Unidos se enfrentaron a lo largo de la frontera norte de México. Podemos interpretar estos encuentros como pioneros de la Liga del Pacífico que se celebra sin tregua durante la segunda mitad de cada año al terminar la liga de verano.

⁷⁷ Lara C, Joaquín, op. cit.

En diferentes estados de la república, comenzaron a surgir diferentes equipos de béisbol, sin embargo en la ciudad capital el nacimiento del juego de pelota data de 1887 con el nacimiento del Club México, sin duda, el equipo más antiguo de la república.

El gusto por el béisbol llevó a Omobono Márquez, un famoso beisbolista de la época, a formar un equipo en 1920 llamado Aztecas, con el cual jugaba series de exhibición contra equipos de otras ciudades y de Estados Unidos. Contrataba a los mejores jugadores mexicanos de la época y se reforzaba con peloteros cubanos para hacer buenos papeles ante los contrincantes.⁷⁸

Una vez concluida la Segunda Guerra Mundial, los jugadores norteamericanos regresaron a su país, desplazando a los latinos que habían quedado en su lugar durante su ausencia. Por esto la Liga Mexicana que había visto la primera luz en 1925, teniendo como padrino el primer encuentro entre los equipos de México y Agraria, les ofreció un lugar en este circuito que ya contaba con el apoyo de los aficionados.

La historia de la Liga de Mexicana se puede platicar en tres etapas: La primera se ubica a partir del año 1925 hasta aproximadamente 1940. Durante este periodo muchos de los partidos fueron jugados exclusivamente en la ciudad de México, además de que muchos de los jugadores provenían de Cuba.

Los años 40 marcaron la segunda etapa de la formación de una Liga Mexicana oficial, para ello, los esfuerzos de los hermanos Pasquel, específicamente Jorge, quien se esmeró en la creación de una liga similar a las Grandes Ligas norteamericanas.

Para iniciar, Jorge Pasquel empleó a peloteros de las Ligas Negras y para medianos de los años 40 contrató a jugadores de las Grandes Ligas. Al respecto, destaca una anécdota en la que el empresario le ofreció contratos abiertos a Joe DiMaggio y Ted Williams, sin embargo los dos peloteros rechazaron la oferta de jugar en México.

Al final de la década de los 40, Pasquel fue forzado a bajar los sueldos de los jugadores, motivo por el cual los peloteros importados dejaron la Liga.

⁷⁸ http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/guante/mexico.htm

En 1955, la tercera etapa, la Liga Mexicana se encontraba en un declive dramático, para intentar contrarrestar esta tendencia, Anuar Canavati, quien en ese momento era el presidente de los Sultanes de Monterrey, ocupó la administración de la organización y llegó a acuerdos con las Ligas Mayores para traer jugadores de su circuito y así aumentar el interés en los equipos locales.

Bajo la dirección de Canavati la liga llegó a tener un total de 20 equipos en 1979. A pesar de los problemas financieros, la Liga aglutina a 16 equipos durante la Liga de Verano y se divide en dos zonas, la Norte y la Sur.⁷⁹

Hacia el norte, se gestaba también la primera historia beisbolera de la región, pues nacía el primer equipo de esa disciplina conocido en los registros mexicanos. Dicho equipo se llamaba Unión Base Ball Club de Matamoros, que mantenía encuentros en contra de otras tres escuadras norteamericanas.

El Daily Ranchero fue el primer medio de comunicación en documentar la primera temporada de béisbol en la que participa un equipo nacional. Dicho torneo estaba integrado por tres equipos norteamericanos y el Unión BBC de Matamoros, único representante nacional de la época en la región.

Al paso del tiempo se crearon más equipos al norte del país, mismos que por su posición geográfica, tenían la oportunidad de jugar contra equipos americanos.

Para el 12 de diciembre de 1869 se juega la primera serie internacional de béisbol en territorio nacional. Se encuentran en Matamoros, Tamaulipas el Unión BBC de Matamoros y el McClellan, mismo que el Daily Ranchero titula de forma nacionalista como: Estados Unidos vs México. En el primer juego, los norteamericanos se imponen 22 carreras a 18; mientras que en el segundo encuentro, celebrado el 16 de enero de 1870 los mexicanos ganan 38 tantos por 30 de los estadounidenses.

⁷⁹ http://www.1800beisbol.com/baseball/Deportes/Beisbol_Mexico/El_Beisbol_Mexicano/

Fue así como equipos de Ligas Negras y selecciones de Ligas Mayores visitaron México, sobre todo en los años treinta. Durante estos encuentros actuaron peloteros famosos como el gran bateador Jimmy Fox, quien fuera el segundo jugador en anotar 500 carreras.

Asimismo, el primer club de Ligas Mayores que jugó en México fue el Medias Blancas de Chicago en 1906, después de haber ganado el campeonato de la Liga Americana y luego la Serie Mundial.⁸⁰

Posteriormente, el diario norteamericano anuncia el encuentro entre una nueva escuadra tamaulipeca llamada Oriental Base Ball Club y el Ranger de Brownsville, el cual se llevará a cabo en dicha ciudad mexicana, el 17 de septiembre de 1870.

Al hablar de dos equipos de béisbol en una sola región, se puede pensar en que esa actividad se convirtió en una práctica generalizada entre 1869 y 1870, además expone una buena organización entre los nuevos clubes que les permite traspasar la frontera norteaña y jugar contra los equipos texanos.

Al hablar del béisbol en México tenemos que referir a la familia Pasquel. Jorge Pasquel fue el hijo de Francisco Pasquel, prominente dueño de la oficina de aduana y accionista de la fábrica de puros más provechosa del país. En 1940, los Pasquel adquirieron a los Azules de Veracruz. En realidad ésta no fue la hazaña por la que será recordado Jorge, sino por dar a los latinos la oportunidad de jugar en México por un mejor salario y hablando español.

Además encabezó lo que sería la única extracción de peloteros blancos de Ligas Mayores para jugar en México de toda la historia. En su momento, el pitcher Max Lanier comentó: "caballeros, el señor Pasquel me ofreció tanto dinero que no pude negarme". Esta declaración nos da una idea del asombroso capital que tuvo que invertir para atraer jugadores de calidad como éstos.

Aunque la visión de Pasquel habría puesto al béisbol mexicano a la altura de las grandes ligas, la infraestructura de los estadios mexicanos no estaba lista para recibir el volumen de aficionados que esta clase de peloteros atrajo.

⁸⁰ http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/guante/mexico.htm

La capacidad tan limitada de asientos de los estadios fue la principal causa del fracaso. El de la ciudad de México, en el que entraban 22 mil personas, era el más amplio. El resto de los que había en la República Mexicana promediaban una entrada de ocho mil personas, esto provocó que en 1946 Pasquel perdiera grandes cantidades de dinero y tuviera que disminuir los salarios de los jugadores, provocando el retorno masivo de peloteros norteamericanos a Estados Unidos.

En 1951, golpearon a Jorge Pasquel con una piedra lanzada por un aficionado durante un partido con los Azules, signo inequívoco de la desaprobación del público por sus decisiones. Después de delegar el control de los Azules de Veracruz y renunciar a su puesto como presidente de la Liga Mexicana, murió en 1955 al estrellar el avión que él mismo pilotaba.

El periodista Alejandro Aguilar Reyes, "Fray Nano" y Alberto Carmona Verduzco fundaron la Liga Mexicana de Béisbol (LMB). El domingo 28 de julio de 1925 se inauguró dicha organización en la capital de la república con un encuentro entre los equipos México y Agraria ante aproximadamente mil 200 aficionados reunidos en el parque Franco-Inglés ubicado en la esquina de lo que hoy conocemos como Marina Nacional y Melchor Ocampo, sede de las instalaciones de la compañía de Luz y fuerza del Centro. Al final del encuentro el marcador le dio la victoria al México por siete carreras a cinco en 14 entradas. Al otro día, el cronista don Gonzalo escribió en el Universal Gráfico una nota que decía: "el México le ganó al Agraria el primer juego del campeonato".

El primer campeonato de la LMB estuvo conformado por cinco equipos: Guanajuato, Agraria, México, Nacional y el 74 Regimiento. Resultando campeón este último equipo perteneciente al General Andrés Zarzosa Verástegui.⁸¹

La historia de la Liga Mexicana ha estado rodeada de múltiples tropiezos, pero nunca tan peligrosos como la huelga que se desató en 1980.

⁸¹ Mendoza Mancilla, Raúl. 1925-1997 managers Liga Mexicana de Béisbol, pags.115-118. Marzo de 1997.

Los campeones Ángeles de Puebla, fueron remitidos a la delegación de policía, por supuestas faltas de respeto a los aficionados. Los jugadores, encabezados por su manager Jorge Fitch, se quejaron de abuso de autoridad y maltrato de parte de la policía. Como los resultados de la investigación para sancionar a los responsables no llegaba, acordaron no presentarse a jugar su serie en Mérida. Después de tres días de huelga, decidieron jugar la serie correspondiente contra Tabasco.⁸²

Aunque el orden se restableció y se jugó en contra de Tabasco, los beisbolistas formaron una Asociación de Peloteros, con la finalidad de exigir las prestaciones de ley que tiene cualquier trabajador asalariado: servicio médico, fondo de retiro, entre otras. A pesar de la unión, los directivos no atendieron las necesidades de los elementos y estalló la huelga el 3 de julio de 1980 apoyada por colegas de 14 diferentes escuadras. Sólo seis equipos se negaron a seguir el movimiento; ellos evitaron el colapso del béisbol mexicano. La temporada 1981 comenzó con 16 equipos por un lado y pláticas entre directivos y huelguistas por el otro. De tal suerte que en este año los jugadores en huelga fundan la ANABE, una liga alterna a la Mexicana que pretendía atraer a los espectadores a la causa rebelde, sin resultados para ninguna de las partes.

⁸² Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del Béisbol Mexicano, México, Redsa, 2005, octava edición, p.102.

2.4 El béisbol amateur en México

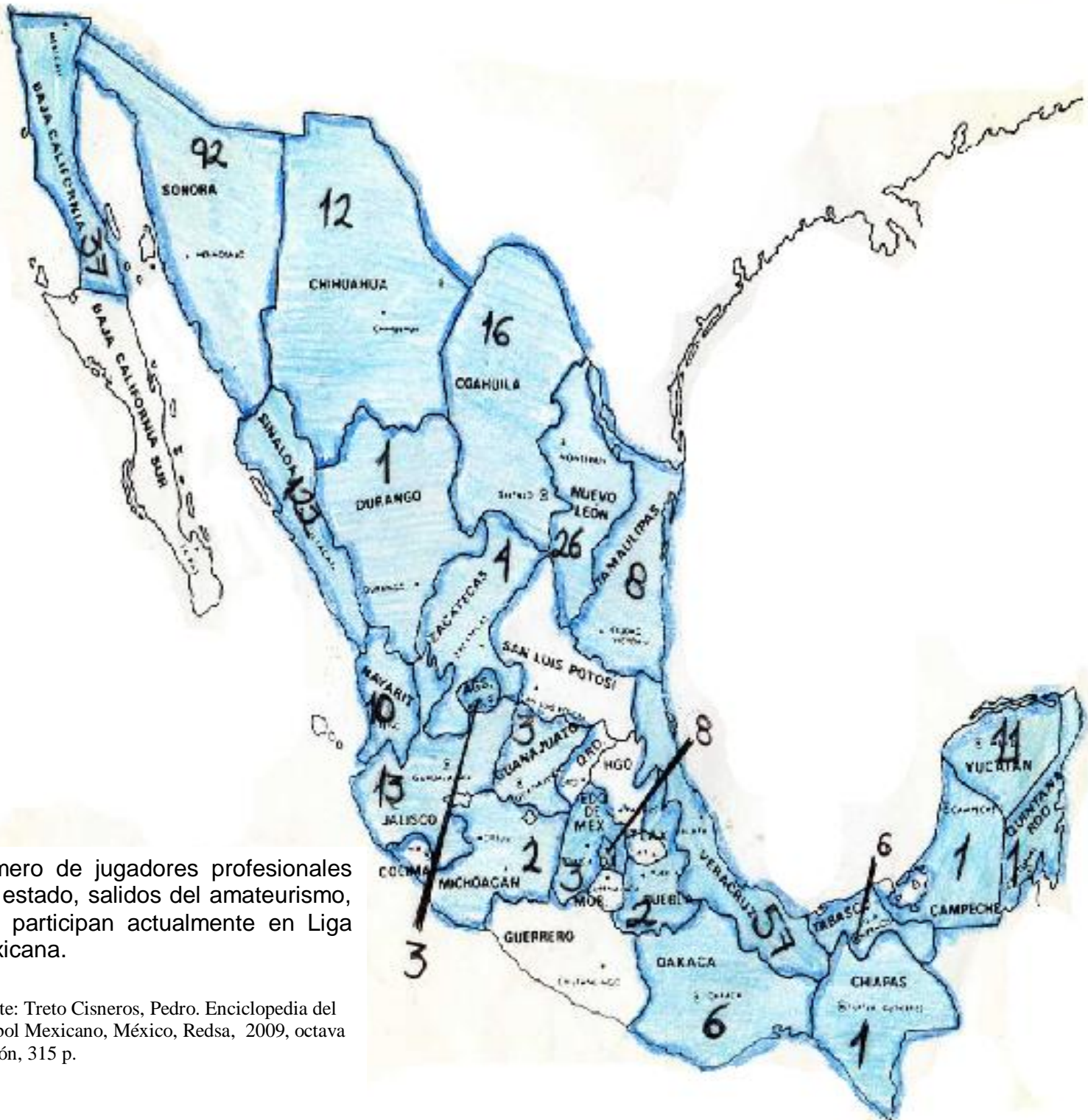
Después de este paseo por la historia del béisbol mexicano, centrémonos de nuevo en el tema que nos concierne. Actualmente el béisbol amateur mexicano está regido por la Federación Mexicana de Béisbol, que cuenta con 39 integrantes, entre instituciones y estados de la República dedicados a la práctica de este deporte, afiliados a sus normas y torneos. Entre los agremiados podemos encontrar a:

- | | |
|--|---|
| 1. Asociación de Béisbol Infantil y juvenil del Distrito Federal (A.B.I.J.D.F) | 24. Querétaro |
| 2. Aguascalientes | 25. Quintana Roo |
| 3. Baja California | 26. San Luis Potosí |
| 4. Baja California sur | 27. Sinaloa |
| 5. Campeche | 28. Sonora |
| 6. Coahuila | 29. Tabasco |
| 7. Colima | 30. Tamaulipas |
| 8. Chiapas | 31. Tlaxcala |
| 9. Chihuahua | 32. Yucatán |
| 10. Distrito Federal | 33. Veracruz |
| 11. Durango | 34. Zacatecas |
| 12. Estado de México | 35. I.P.N |
| 13. Guerrero | 36. U.N.A.M |
| 14. Guanajuato | 37. I.M.S.S |
| 15. Hidalgo | 38. Ligas Infantiles y juveniles de la República Mexicana |
| 16. Jalisco | 39. Williamsport |
| 17. La Laguna | Fuente: Federación Mexicana de Béisbol |
| 18. Michoacán | |
| 19. Morelos | |
| 20. Nayarit | |
| 21. Nuevo León | |
| 22. Oaxaca | |
| 23. Puebla | |



Número de jugadores profesionales, por estado, salidos del amateurismo, que participan del año 2000 a la fecha en Grandes Ligas.

Fuente: Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del Béisbol Mexicano, México, Redsa, 2009, octava edición, 315 p.



Número de jugadores profesionales por estado, salidos del amateurismo, que participan actualmente en Liga Mexicana.

Fuente: Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del Béisbol Mexicano, México, Redsa, 2009, octava edición, 315 p.

En México podemos encontrar estados que le apuestan a los resultados que el béisbol amateur rinde durante cada competencia federal. Así pues encontramos que durante la Olimpiada Nacional 2005, realizada en Mérida, Yucatán, tres de los estados con mayor fama por su afición beisbolera, Sinaloa, Sonora y Veracruz, resultaron campeones de este certamen. Al mismo tiempo el béisbol amateur que se juega en estos tres estados ha representado más de la mitad del talento que actualmente participa en la Liga Mexicana (59.41%), con un total de 271 elementos, desarrollándose profesionalmente a partir del amateurismo. De acuerdo con la última impresión de la Enciclopedia del Béisbol Mexicano en el año 2009, participan en Grandes Ligas 26 jugadores mexicanos surgidos de diferentes campeonatos amateurs alrededor de la República Mexicana. Es importante subrayar el innegable paso de todos por el amateurismo.⁸³

Queda demostrado entonces que el béisbol amateur practicado en México ostenta un nivel de calidad que puede ser desarrollado en los estratos profesionales, mexicanos y extranjeros.

⁸³ Boada, Miguel. "Una liga muy norteaña". La Afición, 26 abril 2005, p.10

Capítulo 3 *BEISHIT*. Una vez que le entiendes al béisbol... no puedes dejarlo.

La elaboración de este programa televisivo no es caprichosa, se encuentra perfectamente fundamentada en la opinión favorable de la gente que gusta del béisbol. Fueron aplicados 100 cuestionarios (se presentan las preguntas a continuación) en cinco lugares diferentes donde se practica este deporte y llegamos a las siguientes conclusiones:

- 1. ¿Actualmente practicas el béisbol o eres aficionado a este deporte?**
- 2. ¿Actualmente conoces algún programa de béisbol amateur (no profesional) en televisión abierta?**
- 3. ¿Crees que el béisbol está siendo rebasado en popularidad por otros deportes?**
- 4. ¿La falta de promoción es el problema que está mermando al béisbol en el DF?**
- 5. ¿Considera que el béisbol tiene menos aceptación entre la población debido al nivel de entendimiento que se requiere para ser explicado?**
- 6. ¿Considera que el béisbol puede ser lucrativo económicamente para las televisoras logrando invertir en programas que hablen sobre este deporte?**
- 7. ¿Miraría un programa en televisión abierta que abordara al béisbol amateur, sus ligas y sus jugadores como tema principal?**

El resultado fue contundente al pedirle a la gente que mencionara algún programa en televisión abierta que tratara sobre béisbol. Poco menos de una cuarta parte respondió afirmativamente, sin embargo, el resto contestó lo contrario. Definitivamente, estos datos nos colocan como la única opción en esta materia. En otras palabras, no tenemos competencia.

El escaso trabajo que los medios masivos de comunicación hacen en favor del béisbol es fuertemente percibido por la población, de la cual, 58% está convencida de que los medios no respaldan al béisbol. El otro 42% responde

afirmativamente, a pesar de la ausencia de alguna producción relacionada con este tema.

La realización de esta consulta, ha reafirmado la importancia del proyecto para los aficionados y jugadores locales, quienes están completamente de acuerdo en la necesidad de incrementar la promoción. Así lo demostraron al contestar los cuestionarios cuyos resultados fueron aplastantes: 96% cree que la promoción es la preocupación principal. Mientras que el 4% restante no está de acuerdo.

Pero los factores que envuelven al problema de fondo, no tienen que ver exclusivamente con los medios de comunicación, también incluyen a la gente y sus hábitos. Éstos se fundamentan mayormente en el uso de algunos adelantos tecnológicos que han hecho de nuestra sociedad un ente perezoso, incluso para pensar. Uno de los requisitos indispensables en esta disciplina, ya sea jugador o aficionado, es mantener al cerebro pensando en el siguiente movimiento del contrario, así como la defensa más adecuada. Por lo tanto, el béisbol no es aceptado debido al alto nivel de entendimiento y concentración que requiere, no es un hábito social. Así lo considera el 82% de los encuestados.

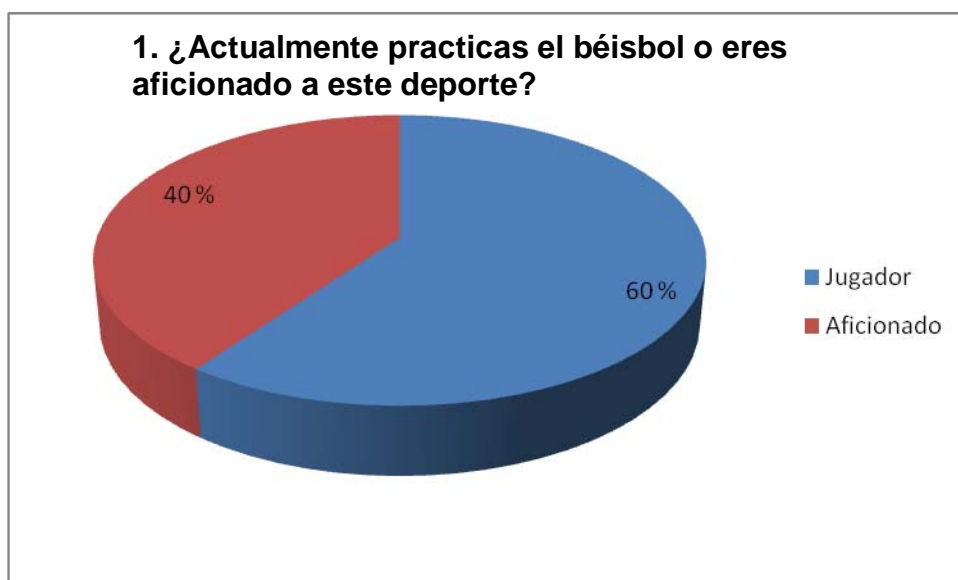
En segundo lugar, pero siempre el principal villano, está el dinero. Las empresas patrocinadoras no se involucran con este deporte debido al riesgo que representa, las asistencias son sumamente variables. Una vez más, los amables aficionados proporcionan la solución al problema y nos encausan con más fuerza en nuestro propósito. La promoción televisiva es el conducto perfecto, y 81% de los televidentes lo saben. Un programa que cuente con el interés del público, mantendrá altos índices de expectación. Y los habrá. 83% aseguró su preferencia por un proyecto así. En suma, será un producto interesante para los empresarios, digno de inversión y lucrativo para empresas, televisoras y la promoción deportiva.

Para el 96% de los encuestados la duración ideal del programa, debe ser de 30 minutos. En este espacio, deben ser prioridades los reportajes y la instrucción técnica, ya que la encuesta les otorgó la misma importancia a los dos, 25%

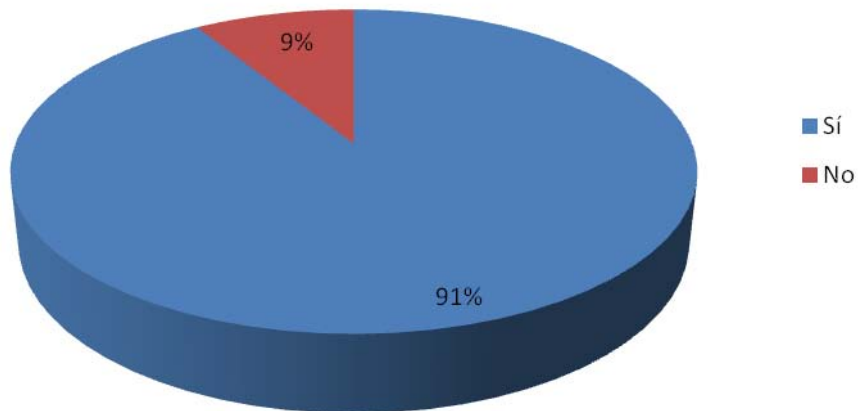
para cada uno. Colocando a las entrevistas en segundo lugar con un 19%; 17% para las noticias y en última instancia los comentarios con 14%.

El resultado de la última pregunta nos obligó a reflexionar: la conclusión satisfactoria de este proyecto, determinará la modificación de un aspecto social, es decir, el material que sea presentado influirá en el comportamiento de los individuos, motivándolos a salir a los parques y practicar. De esta forma, el béisbol engrosará las filas de sus practicantes y sentará las bases para que en el futuro sea un deporte altamente demandado. Así lo considera el 96% de los entrevistados. Sólo 4% opina lo contrario.

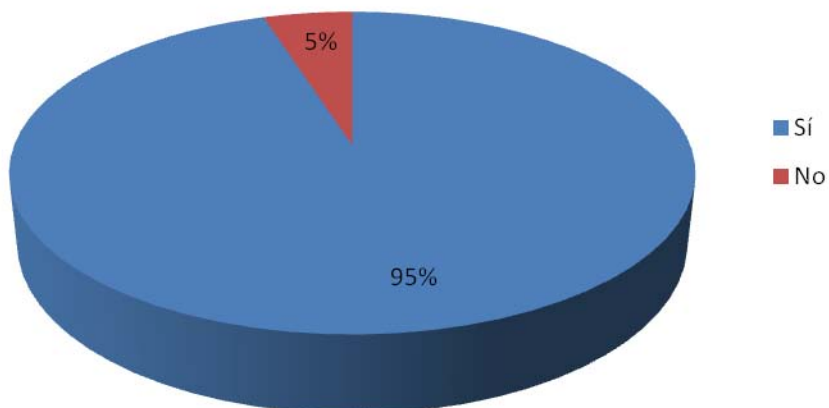
A continuación mostramos los resultados del estudio que se efectuó:



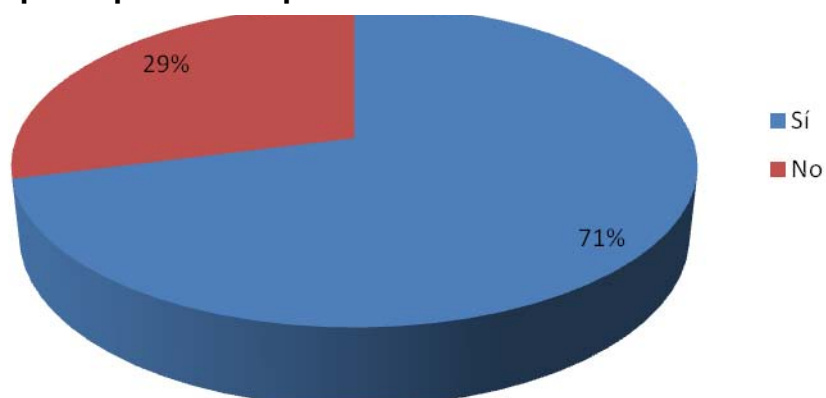
3. ¿Crees que el béisbol está siendo rebasado en popularidad por otros deportes?



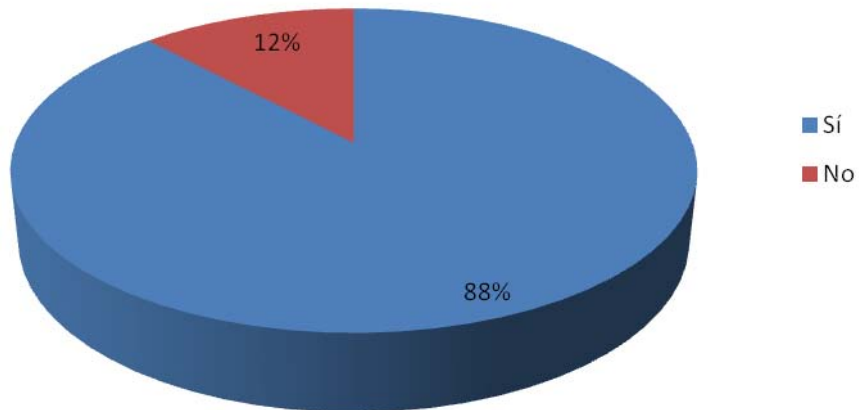
4. ¿La falta de promoción es el problema que está mermando al béisbol en el DF?



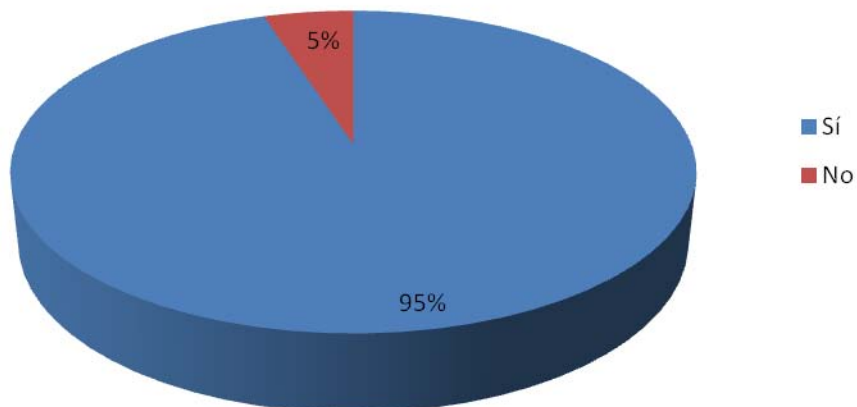
5. ¿Considera que el béisbol tiene menos aceptación entre la población debido al nivel de entendimiento que se requiere para ser explicado?



6. ¿Considera que el béisbol puede ser lucrativo económicamente para las televisoras logrando invertir en programas que hablen sobre este deporte?



7. ¿Miraría un programa en televisión abierta que abordara al béisbol amateur, sus ligas y sus jugadores como tema principal?



3.1 Proyecto de Serie

3.1.1 Análisis de la programación

Una revisión profunda de la programación deportiva de las dos televisoras más populares en México, demostró que a pesar de la valiosa cantidad de programas con enfoque deportivo, ninguno se acerca a la propuesta de Beishit, ya que después de ser vistos todos los productos al aire, la mayoría canalizan su tiempo a la cobertura del fútbol.

A continuación se presenta una lista de los programas deportivos vigentes en la televisión abierta mexicana:

Programa	Horario	Duración	Canal
Acción	Domingo 6 pm	30 min.	2
La jugada	Domingo 10 am	1 hr.	2
Más deporte	Domingo 11 am	30 min.	2
Noticiero TD	Lunes a Viernes 11:20 pm	30 min.	2
Sólo de fútbol y algo más	Lunes, martes, jueves y viernes 10:30 pm	30 min.	4
Los protagonistas de la noche	Lunes a viernes 11:30 pm	30 min.	13
DeporTV	Domingos 10 pm	1 hr.	13

A pesar de la cantidad de programas deportivos, principalmente en Televisa, todos ocupan su tiempo primordialmente en mantener informado al público sobre fútbol, dejando reducidos espacios para cualquier otra disciplina.

3.1.2 Horario

Viernes de 8:30 pm a 9:00 pm. La justificación para esta elección, responde a un asunto de "mayoría". Es decir, la mayoría de los jugadores y probables espectadores, mantienen jornadas de trabajo que terminan a las siete de la noche. Podemos suponer que una hora más tarde ya se encuentran en sus hogares con la plena posibilidad de sintonizarnos.

De esta forma podremos captar a la mayor cantidad de público.

3.1.3 Público meta

Los espectadores que pretendo alcanzar, serán: jugadores y aficionados del género masculino que estén en el rango de los 25 a los 60 años. Además de niños del género masculino de entre seis y 23 años. Los niños comienzan a esa edad su aprendizaje en ligas pequeñas. Mientras que los adultos están pendiente de lo que ocurre dentro del medio deportivo, lo practiquen o no, gracias al tiempo en el que se mantuvieron activos.

3.1.4 Objetivos

Mostrar a los televidentes una perspectiva diferente de esta disciplina.

Instruir en la técnica a cualquier persona interesada en aprender la forma correcta de batear, lanzar o desarrollar alguna posición específica.

Informar al público sobre las novedades del ámbito profesional nacional o extranjero, sin que esto constituya la parte fundamental del programa, pues no debe perderse de vista que la emisión está preferentemente orientada al ámbito amateur.

Motivar la afición, y sobre todo, como un medio que permita a niños y jóvenes proyectar sus posibles planes de llegar algún día a las ligas profesionales en México o a las Mayores en la Unión Americana.

3.1.5 Justificación

La propuesta de crear un programa para la televisión que tome al béisbol amateur como tema principal está fundamentada en una encuesta aplicada a cien personas. Ochenta y tres de los cuales, dijeron que sí mirarían una emisión con estas características.

Dicho proyecto cumpliría con la demanda de 79% de los encuestados, que denunció la falta de un producto con las anteriores especificaciones en la televisión abierta actual. Sólo 21% manifestó lo contrario.

Hoy existen menos espacios adaptados para practicar este deporte en comparación a los que había hace 10 años. Una forma de evitar la extinción, es la promoción televisada. Para llegar a ella, los patrocinadores son vitales. Así lo reconoció Alejandro Hutt, presidente de la Liga Mexicana de Béisbol, quién informó de la incorporación de un nuevo anunciante: la cervecería Cuauhtemoc- Moctezuma, que ha reconocido en el béisbol una sólida inversión para todas aquellas empresas interesadas en conseguir consumidores.

Hablando del tema monetario, muchos empresarios capitalinos reservan su participación como patrocinadores, debido a la falsa impresión que se tiene del béisbol como un espectáculo con baja audiencia.

Los resultados de la consulta señalan que el 96% de los encuestados identifica la falta de promoción como uno de los factores más perjudiciales para la sobrevivencia del béisbol.

En suma, un programa televisivo que aborde al béisbol como tema principal, brindaría a este deporte la oportunidad de ser conocido profundamente por los que aún no lo hacen o lo hacen poco.

3.1.6 Sinopsis

Un conductor del sexo masculino presentará durante tres bloques de ocho minutos reportajes, entrevistas y crónicas alusivas a tópicos relacionados con el tema principal. Dentro de la primera etapa serán mostrados dos reportajes y un adelanto en voz del titular de la emisión.

En el segundo bloque, serán desarrolladas una entrevista y la sección *Tres strikes*, donde conoceremos las tres noticias más importantes de la semana. En la última etapa, la sección *Cátedra beisbolera* ocupará el tiempo completo, concediendo al conductor el tiempo necesario para despedir el programa e invitar a los televidentes a acompañarnos en la siguiente transmisión.

Una vez terminado el producto será ofrecido en primera instancia a la empresa Televisa debido a que los televidentes ya relacionan a la televisora con el béisbol, dado que años atrás era el único medio por el que se podía ver este deporte.

Los anuncios comerciales estarán repartidos en dos segmentos, con una duración de dos minutos y medio cada uno. La naturaleza del programa exige que sus patrocinadores estén relacionados directa o indirectamente con el béisbol o el acondicionamiento físico. Por mencionar algunos ejemplos: Palomares, Pelotas Aztlán, Gatorade, Nike, Reebok, Liga Mexicana de Béisbol, equipos de béisbol nacional, Ligas Amateur infantiles y libres del Distrito Federal.

Los anuncios comerciales estarán repartidos en dos segmentos, con una duración de dos minutos y medio cada uno.

3.1.7 Escaleta

Relación cronológica de todas las partes del programa, con referencia al modo de producirse cada parte. Sirve de guía al realizador o a todo el personal técnico.

No.	Imagen
1	Barras cromáticas
2	Full mountain rapid
3	MS del conductor
4	AS del conductor
5	MCU del conductor
6	MS del conductor
7	FS del conductor
8	Logotipo de Beishit con transición de izquierda a derecha
9	Reportaje de Fray Nano
10	Logotipo de Beishit con transición de derecha a izquierda
11	BCU del conductor
12	AS del conductor
13	BCU del conductor
14	Logotipo de Beishit con transición de izquierda a derecha
15	Reportaje de pelotas de béisbol
16	Logotipo de Beishit con transición de derecha a izquierda
17	AS del conductor
18	TS del conductor
19	MS del conductor
20	FS de conductor en diagonal
21	FS contra toma
22	Montaje rápido y logotipoo
23	Comerciales
24	Montaje rápido y logotipo
25	FS del conductor
26	MS del conductor
27	BCU del conductor

28	CU del conductor
29	Logotipo de Beishit con transición de izquierda a derecha
30	Reportaje de Juan Cabrera
31	Logotipo de Beishit con transición de derecha a izquierda
32	AS del conductor
33	MS del conductor
34	MCU del conductor
35	Cortinilla "tres strikes"
36	Súper "uno"
37	FS de Vinicio Castilla en conferencia
38	Súper dos
39	LS de campo de béisbol
40	Súper tres
41	FS de jugada en primera base
42	Cortinilla "tres strikes"
43	MCU del conductor
44	MS del conductor
45	FS del conductor
46	Montaje rápido y logotipo
47	Comerciales
48	Montaje rápido y logotipo
49	AS del conductor
50	MS del conductor
51	TD del conductor
52	TD del conductor
53	FS del conductor
54	Logotipo de "CÁTEDRA BEISBOLERA"
55	MS de Jorge
56	Logotipo de "CÁTEDRA BEISBOLERA"
	FS del conductor
	MS del conductor
57	AS del conductor
58	FS del conductor

3.2 Preproducción

Es la etapa comprendida desde el nacimiento de la idea hasta el día donde se comienza a grabar o se transmitirá al aire. Todo este periodo es fundamental para asegurar el desarrollo correcto de cualquier trabajo audiovisual. Las decisiones que se tomen durante esta fase repercutirán en las etapas subsecuentes del proyecto.

Con una buena preproducción el proyecto corre menor riesgo de cometer errores, sorpresas u olvidos. De igual forma minimiza el impacto de imprevistos, retrasos y dificultades durante el rodaje.

Esta etapa puede comenzar días, semanas e incluso meses antes de empezar a grabar la primera imagen.⁸⁴

3.2.1 Break Down

Título	BÉISHIT	Día de producción	1	
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----	
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"	
Secuencia	1	Interior	Exterior	X
Duración	20"	Día	X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unicelel	-----

⁸⁴ <http://productiontv.pbworks.com/La+Pre-producci%C3%B3n#Gui%C3%B3nLiterario>

Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"
Secuencia	2	Interior	Exterior X
Duración	20"	Día X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
Av. 506 esquina con Av. 517 Col. San Juan de Aragón delegación Gustavo A. Madero	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unicele	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"
Secuencia	3	Interior	Exterior X
Duración	13"	Día X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1	
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----	
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"	
Secuencia	4	Interior	Exterior	X
Duración	11"	Día	X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1	
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----	
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"	
Secuencia	5	Interior	Exterior	X

Duración	11"	Día X	Noche	
----------	-----	-------	-------	--

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"
Secuencia	6	Interior	Exterior X
Duración	12"	Día X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"
Secuencia	7	Interior	Exterior X
Duración	15"	Día X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

Título	BÉISHIT	Día de producción	1
Director	Ulises Garcilazo	Fecha	-----
Producción	Ulises Garcilazo	Tiempo en pantalla	20"
Secuencia	8	Interior	Exterior X
Duración	15"	Día X	Noche

Locaciones	Permisos
Deportivo San Juan de Aragón "Francisco Zarco"	Mesa directiva del deportivo San Juan de

	Aragón "Francisco Zarco"
Direcciones	Requisitos
	Carta de petición

Identificaciones y llamadas

Nombre particular	Dirección	Teléfono	Hora
Marco Chiquet			9:00 am

Producción	Equipo especial
Cámara Betacam SP, micrófono y unice	-----

3.2.2 Guión literario

Forma “novelada” de construir la guía, partiendo de todas las escenas detalladas en la sinopsis. Desarrolla por orden cronológico cada una de ellas, incluyendo la descripción del espacio y el decorado donde tiene lugar la acción, así como el rol de cada persona, cuáles son sus movimientos, reacciones y actitudes, pero sobre todo se detallan los diálogos que sostendrán los personajes entre sí e incluso el texto de la voz en off, si la hubiera.

Programa: BEISHIT

Emisión: 1

Duración: 30'

Productor: Ulises Garcilazo Rosales

VIDEO	AUDIO
	<p>Conductor: Bienvenidos a beishit, un programa donde conoceremos al béisbol desde adentro. Además aprenderemos paso a paso como jugar cada posición. Pero no es todo, también conoceremos historias de jugadores y aficionados que aman este deporte.</p> <p>Comenzaremos conociendo a una de las ligas más veteranas del D.F. Fue fundada a mediados del siglo pasado y sigue vigente.</p> <p>Conductor: Los niños que forman la liga pequeña de Fray Nano y sus padres esperan muy entusiasmados la apertura de este primer campo especial para niños y así comenzar con sus carreras deportivas.</p> <p>Conductor: (En tono interrogante) ¿se han preguntado que material forma una pelota? A pesar de ser la principal protagonista de este deporte, pocos lo saben. Conoce sus entrañas.</p>

VIDEO	AUDIO
	<p data-bbox="866 521 1358 551">Entra audio de reportaje de pelotas de béisbol</p> <p data-bbox="866 674 1417 734">Conductor: Ahora nos podemos explicar como una pelota tan pequeña puede golpear tan duro</p> <p data-bbox="866 770 1091 826">¡auh! y causar tanto estrés.</p> <p data-bbox="866 862 1353 949">Al volver te presentaremos a un jugador muy especial y la información más rápida de la televisión.</p> <p data-bbox="866 1075 1422 1223">Conductor: El béisbol exige la posesión de óptimas facultades físicas y mentales, pero cuando la voluntad y el corazón se imponen, podemos admirar los resultados. Les quiero presentar a Juan Cabrera.</p> <p data-bbox="866 1469 1437 1650">Conductor: En el béisbol, es obvio el uso de los dos brazos, pero como vimos, el corazón y el amor por este deporte son suficientes para ser el mejor. Ahora infórmense sobre el mundo de las grandes ligas en TRES STRIKES.</p>

VIDEO	AUDIO
	<p>Conductor: Ya nos estamos saboreando el Clásico Mundial de Béisbol.</p> <p>(con voz baja) Y ahora ¿estás listo para conocer los secretos mejor guardados del bateo?</p> <p>Toma nota y sé el mejor en tu equipo, claro, después de estos comerciales.</p> <p>Conductor: Hoy en día los entrenadores de bateo de cualquier equipo, saben que la técnica depurada, muñecas firmes y un pequeño paso es la fórmula que soluciona la ecuación ¿cómo bateo un home run? Con ustedes CÁTEDRA DEPORTIVA.</p> <p>Entra cápsula CÁTEDRA BEISBOLERA</p> <p>Conductor: Con lo que sabemos ahora no hay excusas para batear menos de .500 de porcentaje.</p> <p>Conductor: Después de aprender a batear y conocer aspectos distintos del rey de los deportes, podemos dar por terminado el entrenamiento de hoy.</p> <p>Yo soy Marco Antonio Chiquet y recuerden que una vez que le entiendes al béisbol, no puedes dejarlo.</p>

3.2.3 Guión técnico

Etapa que precede al rodaje. En él ya no se crean situaciones, personajes o diálogos. Se forma toda la información del guión literario y se pasa por el tamiz del ojo del realizador. Contiene todo tipo de indicaciones sobre la técnica propia de la realización de ese programa, sobre emplazamientos y movimientos de las cámaras, tamaño del encuadre y efectos especiales.

Programa: BEISHIT

Emisión: 1

Duración: 30'

Productor: Ulises Garcilazo Rosales

VIDEO	AUDIO
<p>Entra montaje rápido y logotipo de Béishit se mantiene 30" y disuelve.</p> <p>C1 Disolvencia a MS de conductor en primer plano. Campo de béisbol en segundo plano C2 Corte AS de conductor haciendo el movimiento de bateador. C1 Corte MCU de conductor.</p> <p>C2 Corte MS de conductor toma contra picada C1 Corte FS de conductor toma picada.</p> <p>Corte a super logotipo "BEISHIT" en transición de izquierda a derecha.</p> <p>Disolvencia a reportaje de Fray Nano</p> <p>Corte a super logotipo "BEISHIT" con transición de derecha a izquierda.</p> <p>C1 Disolvencia a BCU con Zoom Back lento hasta MCU</p> <p>C2 Corte a AS de conductor recibiendo una pelota de béisbol.</p> <p>C1 BCU pelota en primer plano sobre la palma de la mano del conductor. En segundo plano cara del conductor señalando y mirando a la pelota.</p>	<p>se mantiene 30' y cross fade. O.P CD anterior hace cross fade con cd X track X del 00':00" al 00':00" fondea.</p> <p>Conductor: Bienvenidos a beishit, un programa donde conoceremos al béisbol desde adentro. Además aprenderemos paso a paso como jugar cada posición. Pero no es todo, también conoceremos historias de jugadores y aficionados que aman este deporte.</p> <p>Comenzaremos conociendo a una de las ligas más veteranas del D.F. Fue fundada a mediados del siglo pasado y sigue vigente.</p> <p>O.P. Fondo hace fade out</p> <p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo.</p> <p>Entra audio reportaje Fray Nano</p> <p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo.</p> <p>Conductor: Los niños que forman la liga pequeña de Fray Nano y sus padres esperan muy entusiasmados la apertura de este primer campo especial para niños y así comenzar con sus carreras deportivas.</p> <p>Conductor: (En tono interrogante) ¿se han preguntado que material forma una pelota? A pesar de ser la principal protagonista de este deporte, pocos lo saben. Conoce sus entrañas.</p>

VIDEO	AUDIO
<p>Corte a super logotipo "BEISHIT" en transición de izquierda a derecha.</p> <p>Disolvencia a reportaje de pelotas de béisbol</p> <p>Corte a super logotipo "BEISHIT" con transición de derecha a izquierda.</p> <p>C1 Disolvencia a AS de conductor con una pelota de béisbol entre los dedos, lanzándola con desdén.</p> <p>C2 Corte TS de brazo golpeado por la pelota.</p> <p>C1 Corte a MS de conductor sobándose el brazo con gesto de dolor en la cara.</p> <p>C2 Corte a FS con cámara en diagonal</p> <p>C1 Corte a FS en contra toma</p> <p>Corte a montaje rápido y logotipo de "BEISHIT" se mantiene 30" y disuelve.</p> <p>Entra bloque de comerciales</p> <p>Corte a montaje rápido y logotipo de "BEISHIT" se mantiene 30" y disuelve.</p> <p>C1 Corte a FS de conductor</p> <p>C2 Corte a MS de conductor</p> <p>C1 Corte a BCU de conductor</p> <p>C2 Corte a CU de conductor en 3/4</p> <p>Corte a super logotipo "BEISHIT" con transición de izquierda a derecha.</p> <p>Disolvencia a reportaje de Juan Cabrera</p> <p>Corte a super logotipo "BEISHIT" con transición de derecha a izquierda.</p> <p>C1 Disolvencia a AS de conductor con un guante en una mano y un bate en la otra.</p> <p>C2 Corte a MS en diagonal de conductor</p> <p>C1 Corte a MCU haciendo zoom in y zoom out rápido de conductor, quien pone frente a la cámara tres dedos.</p> <p>Corte a cortinilla "TRES STRIKES" se mantiene 10" y disuelve a negros</p> <p>Corte a super: "UNO"</p>	<p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo</p> <p>Entra audio de reportaje de pelotas de béisbol</p> <p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo</p> <p>Conductor: Ahora nos podemos explicar como una pelota tan pequeña puede golpear tan duro O.P Entra FX de golpe ¡auh! y causar tanto estrés.</p> <p>Al volver te presentaremos a un jugador muy especial y la información más rápida de la televisión.</p> <p>O.P. Entra disco 1 track 26 de los 00': 00" al 00': 30" se mantiene y fade out.</p> <p>Entra bloque de comerciales</p> <p>O.P. Entra disco 1 track 26 de los 00': 00" al 00': 30" se mantiene y fade out.</p> <p>Conductor: El béisbol exige la posesión de óptimas facultades físicas y mentales, pero cuando la voluntad y el corazón se imponen, podemos admirar los resultados. Les quiero presentar a Juan Cabrera.</p> <p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo.</p> <p>Entra audio de reportaje Juan Cabrera.</p> <p>O.P. Entra FX de ráfaga durante el logotipo.</p> <p>Conductor: En el béisbol, es obvio el uso de los dos brazos, pero como vimos, el corazón y el amor por este deporte son suficientes para ser el mejor. Ahora infórmense sobre el mundo de las grandes ligas en TRES STRIKES.</p> <p>O.P. Entra cd X track X se mantiene 10" y hace cross fade.</p> <p>O.P. Cross fade con FX: "STRIKE ONE"</p>

VIDEO	AUDIO
<p>Entra super: "DOS"</p> <p>Entra super: "TRE"</p> <p>Entra logotipo "TRES STRIKES" se mantiene 10" y disuelve.</p> <p>C1 Disolvencia a MCU toma contra picada de conductor con las manos unidas en actitud de oración y cara de felicidad. C2 Corte a MS con Zoom in lento. Conductor invita a la cámara a acercarse a él.</p> <p>C1 Corte a FS de conductor</p> <p>Corte a montaje rápido y logotipo de "BEISHIT" se mantiene 30" y disuelve</p> <p>Entra bloque de comerciales</p> <p>Corte a montaje rápido y logotipo de "BEISHIT" se mantiene 30" y disuelve.</p> <p>C1 Disolvencia a AS de conductor en posición de bateo C2 Corte a MS e conductor en posición de bateador. Tild Down a manos con bate. Tild down a pies</p> <p>C1 Corte a FS toma picada de conductor apoyándose en el bate</p>	<p>O.P. Entra cd X track X fondea inmediatamente se mantiene durante voz off y sale.</p> <p>O.P. Entra voz off de nota de Vinicio Castilla</p> <p>O.P. Entra FX: "STRIKE TWO"</p> <p>O.P. Entra cd X track X fondea inmediatamente se mantiene durante voz off y sale.</p> <p>O.P. Entra voz off de nota de campeón de liga pacífico.</p> <p>O.P. Entra FX: "STRIKE TREE"</p> <p>O.P. Entra cd X track X fondea inmediatamente se mantiene durante voz off y sale.</p> <p>O.P. Entra voz off de nota clásico mundial de béisbol.</p> <p>O.P. Entra CD 3 track 3 se mantiene durante el logotipo y fade out</p> <p>Conductor: Ya nos estamos saboreando el Clásico Mundial de Béisbol.</p> <p>(con voz baja) Y ahora ¿estás listo para conocer los secretos mejor guardados del bateo?</p> <p>Toma nota y sé el mejor en tu equipo, claro, después de estos comerciales.</p> <p>O.P. Entra disco 1 track 26 de los 00': 00" al 00': 30" se mantiene y fade out.</p> <p>Entra bloque de comerciales</p> <p>O.P. Entra disco 1 track 26 de los 00': 00" al 00': 30" se mantiene y fade out.</p> <p>Conductor: Hoy en día los entrenadores de bateo de cualquier equipo, saben que la técnica depurada, muñecas firmes y un pequeño paso es la fórmula que soluciona la ecuación ¿cómo bateo un home run? Con ustedes CÁTEDRA DEPORTIVA.</p>

VIDEO	AUDIO
<p>Entra logotipo de CÁTEDRA BEISBOLERA en zoom in se mantiene 20" y se disuelve.</p>	<p>O.P. Entra disco 2 track2 se mantiene 20" y fade out.</p>
<p>Entra cápsula CÁTEDRA DEPORTIVA</p>	<p>Entra cápsula CÁTEDRA BEISBOLERA</p>
<p>Entra logotipo de CÁTEDRA BEISBOLERA en zoom in se mantiene 20" y se disuelve.</p>	<p>O.P. Entra disco 2 track2 se mantiene 20" y fade out.</p>
<p>C1 Corte a MCU de conductor</p>	<p>Conductor: La práctica hace al maestro y los niños que veremos a continuación entrenam muy duro para hacerlo</p>
<p>Entra cápsula de Entrenamiento</p>	<p>O.P. Entra cápsula de Entrenamiento</p>
<p>C2 Corte a BCU de conductor que aparece a cuadro desde abajo</p>	<p>Conductor: Si ustedes creían que el béisbol era sólo un deporte o una diversión, chéquense esto.</p>
<p>Entra cápsula de Béisbol como terapia</p>	<p>O.P. Entra cápsula de Béisbol como terapia</p>
<p>C1 Disolvencia a FS de conductor con bate en la mano</p>	<p>O.P. Entra disco 2 track 2 se mantiene 20" y fade out.</p>
<p>C2 Corte a MS de conductor recargado en el bate</p>	<p>Conductor: Con lo que sabemos ahora no hay excusas para batear menos de .500 de porcentaje.</p>
<p>C1 corte a AS de conductor con bate entre las manos</p>	<p>Conductor: Después de aprender a batear y conocer aspectos distintos del rey de los deportes, podemos dar por terminado el entrenamiento de hoy.</p>
<p>C1 MS de conductor Corte a logotipo de "BEISHIT" se mantiene 30" y fade out</p>	<p>Yo soy Marco Antonio Chiquet y recuerden que una vez que le entiendes al béisbol, no puedes dejarlo.</p>
<p>Fade out</p>	<p>O.P. Entra disco 1 track 26 de los 00': 00" al 00': 30" se mantiene y fade out. Fade out</p>

3.3 Producción

La producción televisiva se encarga de llevar a cabo todas las etapas de realización por las que pasa cualquier programa, los profesionales que ocupan esta área son el productor y el realizador.⁸⁵

3.3.1 Plan de producción

Día	Hora del llamado	Secuencias a grabar	Talentos	Equipo técnico	Otros materiales
1	09:30	1	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	10:00	2	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	10:30	3	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	11:00	4	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel

⁸⁵ <http://worldtv.buscamix.com/web/content/view/32/99/>

1	11:30	5	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	12:00	6	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	12:30	7	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel

	01:00	8	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel
1	01:30	9	Marco Antonio Espinosa Chiquet	-2 cámaras betacam - micrófono alámbrico unidireccional - 8 cassettes 30 minutos betacam SP	- Desayuno y comida. - Vestuario - Unicel

3.3.2 Recursos humanos

Personal de producción

- Productor ejecutivo
- Productor
- 2 asistentes de producción
- 1 guionista
- Post-productor

Personal técnico

- Director General
- 2 Camarógrafos
- Asistente de cámara
- Maquillista
- 2 iluminadores

Conductor

3.3.3 Recursos económicos

CONCEPTO	COSTO
Productor	8,000 pesos
Asistente de Producción	1,000 pesos
Guionista	3,000 pesos
Post- productor	6,000 pesos
Camarógrafo	1,500 pesos
Asistente de Cámara	500 pesos
Maquillista	500 pesos
Iluminador	1,500 pesos
TOTAL	22,000 pesos

*Fuente: AR.TV CINE, TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA S.A

3.3.4 Recursos técnicos

- 2 cámaras Betacam SP
- Filtros de cámara
- Sala de edición offline
- Audio sala rere y sala audio design
- Sala de edición online (avid)
- Unidad móvil

3.3.5 Material

- 10 cassettes 30 minutos Betacam SP
- Discos DVD +R
- Material DVD +RW
- Materiales de audio
- Masking tape
- Unicel
- Vestuario
- Alimentación (desayuno y comida)

3.4 Post producción

Esta es la última etapa en la realización de un proyecto audiovisual, en ésta, se unen todas los elementos del programa y se detalla antes de su emisión. Para terminar de forma correcta la postproducción, es importante especial cuidado en tres áreas específicas: edición, sonorización y efectos especiales.⁸⁶

⁸⁶ <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/pag10.htm>

Conclusiones

La programación deportiva actual que encontramos en televisión abierta no ofrece una equilibrada variedad en la transmisión de programas deportivos, dejando a los televidentes sin conocer la extensa gama que se queda fuera de la programación habitual.

La desaparición del béisbol en televisión abierta a pesar de su comprobada popularidad entre la población, obedeció a un interés económico de la empresa que lo transmitía, pensando que al colocar los partidos en el sistema de paga, los fanáticos lo seguirían mirando a pesar de las cuotas, logrando incrementar el número de inscripciones. Sin embargo, el público actuó diferente debido a la situación económica, misma que lo obligó a resignarse a la ausencia del “rey de los deportes” en los canales de libre acceso, este motivo lo colocó como un deporte elitista ante la población, acelerando su desvanecimiento en el pensamiento mexicano.

“BEISHIT” promueve de manera puntual y real la práctica del béisbol en el Distrito Federal, cumpliendo con los objetivos planteados al principio de este proyecto. Desempeña un papel social entre la juventud capitalina dando a conocer una nueva disciplina deportiva. Elimina el desconocimiento que actualmente hay sobre espacios deportivos dedicados al béisbol, así como su lugar en la historia de la capital mexicana.

La viabilidad de mi propuesta es muy amplia, dada la nula existencia de algún otro programa de su tipo en la televisión abierta, además representa una ventana a un deporte ampliamente popular entre la población. Sin embargo debe pasar por un proceso de aceptación ante el público, para ello, se debe iniciar en televisión de paga que permita la inserción en el gusto y conocimiento de la gente, para después brincar ampliamente reconocido a los sistemas abiertos.

La investigación cumplió con cada uno de los objetivos planteados. La indagación documental nos mostró que el béisbol nació en Oriente, recorrió

grandes distancias hasta darse a conocer por todo el mundo y se mantuvo en el gusto de la gente gracias al uso religioso que se le dio al principio y, posteriormente, por la diversión que representó para las poblaciones.

Paradójicamente, el béisbol norteamericano perneo la cultura mexicana, que también lo asimiló, convirtiéndose en un representante reconocido mundialmente.

A través de la investigación de campo, supimos que la popularidad de esta disciplina en México fue en declive gracias a la falta de dinero que solventara las necesidades de su práctica. Misma causa por la cual hasta la fecha se ve rebasado.

A pesar del mínimo apoyo para la promoción del béisbol en el D.F, lo han mantenido vivo a través de notas informativas y menciones al aire que, aunque mínimas, permiten a la gente seguir teniendo información al respecto. Por otro lado, sigue considerándose como un valioso punto de venta, esto lo demuestra la transmisión de la Serie Mundial cada año.

Por otra parte, “BEISHIT” representa el vehículo perfecto para promover y expandir el gusto por el béisbol en el Distrito Federal, entre la población que ya lo juega y quienes lo desconocen, pues al saber que este deporte es fácilmente practicable y accesible, se interesarán por él.

Indudablemente la realización de “BEISHIT” pone a prueba los conocimientos adquiridos durante la carrera académica, desde la idealización en un papel hasta la edición del material grabado.

Llevar a cabo un proyecto de este tipo por alguna televisora de renombre y cobertura nacional, no representa ninguna dificultad, pues el costo económico, humano y de material es bajo. Su innovación no está en duda, ya que hoy en día no encontramos ningún programa con estas características al aire. Por tales motivos es un producto atractivo para su puesta en marcha.

Fuentes de Información

Fuentes Bibliográficas

Álvarez del Real, María Eloisa. Compendio deportivo mundial, Estados Unidos de América, América, 1976, 233 p.

Baena, Guillermina. Instrumentos de Investigación, 20ª reimpresión, México, Editores Mexicanos Unidos, septiembre 1996, pág. 99-103.

Baena, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental, 13ª reimpresión, México, Editores Mexicanos Unidos, octubre 1996, pág. 84 y 87.

Comité Ejecutivo de la Federación Mexicana de Béisbol. Reglamento oficial de béisbol, 10 abril 1991, 108 p.

Empresa AR.TV CINE, TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA S.A

Lara C, Joaquín. Historia del Béisbol en Yucatán (1890-1906) Tomo I, 1ra edición 1953, 96 p.

Mendoza Mancilla, Raúl. 1925-1997 managers Liga Mexicana de Béisbol, Marzo de 1997, 236 p.

Oleksak M. Michael, Oleksak Adams, Mary. Béisbol. Latinoamericanos en las grandes ligas, México, Edamex, 1991, 153 p.

Treto Cisneros, Pedro. Enciclopedia del Béisbol Mexicano, México, Redsa, 2009, octava edición, 315 p.

Fuentes Hemerográficas

Boada, Miguel. "Una liga muy norteña". La Afición, 26 abril 2005, p.10

Gabriela Morales Casas. "Quién se \$%&/*!# al béisbol?". Semanal Día Siete, 2 de abril de 2006, Béisbol, pp. 52-59.

Selecciones del Reader's Digest. Verdades y mentiras, hechos insólitos y extraordinarios, pag. 278, 26 mayo 1989.

Fuentes Vivas

Entrevista con Alberto Fernández de Lara Quezada. Especialista en periodismo deportivo, 3 de junio de 2005

Entrevista con Antonio de Valdéz. Cronista deportivo, 18 de octubre 2009.

Entrevista con Alejandro Hütt Valenzuela. Presidente del Comité Organizador del Clásico Mundial de Béisbol en México. 25 de julio de 2009.

Entrevista con Enrique Mayorga Betancourt. Vicepresidente de la Federación Mexicana de Béisbol, 28 julio 2009.

Entrevista con Francisco Escobar Ocadiz. Coordinador de béisbol en Iztapalapa, 28 de enero 2009.

Héctor García Antonio. Preparador físico profesional, 7 de febrero 2009.

Entrevista con Jorge Navarrete Platas. Manager del equipo representativo de béisbol de la FES Aragón. 29 de mayo de 2009.

Entrevista con José Luis Mendoza. Locutor oficial de los Diablos Rojos del México, 17 de marzo 2009.

Entrevista con Juan José Luébano Riubí, Presidente de la Asociación de Béisbol del Distrito Federal, 21 de octubre de 2009.

Entrevista con Pedro Pablo de Antuñano Padilla. Presidente del Instituto del Distrito Federal (2007), 17 de marzo 2009.

Entrevista con Ramón Hernández. Jugador profesional retirado, 2 de agosto de 2009.

Entrevista con Tomás Morales Fernández. Cronista de béisbol, 12 de agosto del 2009.

Fuentes Cibernéticas

http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-01.htm

(25/08/09)

http://www.1800beisbol.com/baseball/Deportes/Latino_Baseball/ANTECEDENTES_y_ORIGENES_DEL_BEISBOL/ (25/08/09)

<http://www.beisbolendirecto.com/el-beisbol/historia-del-beisbol-moderno.php>

(25/08/09)

<http://www.americanassociationbaseball.com/office-history.php> (25/08/09)

<http://mlb.mlb.com/pa/info/history.jsp> (25/08/09)

http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-03.htm

(25/08/09)

http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/guante/mexico.htm (25/08/09)

http://www.1800beisbol.com/baseball/Deportes/Beisbol_Mexico/El_Beisbol_Mexicano/ (25/08/09)

<http://www.tedturner.com/enterprises/home.asp> (25/08/09)

<http://74.125.155.132/search?q=cache:pNtSxsBU6U4J:www.razonypalabra.org.mx/leyes/LFRyT.doc+ley+federal+de+radio+y+television+de+mexico&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx&client=firefox-a> (25/08/09)

<http://productiontv.pbworks.com/La+Preproducci%C3%B3n#Gui%C3%B3nLiterario>

(25/08/09)

<http://worldtv.buscamix.com/web/content/view/32/99/> (27/08/09)

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/pag10.htm> (27/08/09)

http://espanol.geocities.com/elpelotero_online/teobol/teobol_1-01.htm

(27/08/09)

<http://productiontv.pbworks.com/La+Preproducci%C3%B3n#Gui%C3%B3nLiterario> (27/08/09)

<http://worldtv.buscamix.com/web/content/view/32/99/> (27/08/09)

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque5/pag10.htm> (27/08/09)