UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Artes Audiovisuales

Trabajo de Grado

ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN "QUIETO EN PRIMERA" EN LA ETAPA DE GRANDES LIGAS

Tesistas:

Rafael Méndez

José Manuel Pagani García

Tutor:

Valdo Meléndez

CARACAS- VENEZUELA

2004

A mis padres.

José Manuel Pagani García

Este trabajo de grado está dedicado
a todas aquellas personas que me han hecho creer que
la trascendencia es un proceso racional y creativo
de pensamiento:

Mis padres y hermanos,
miembros de la comunidad del Colegio Emil Friedman
mis guías dentro de los valores de la Universidad Católica Andrés Bello.

A Jota por enseñarme a amar al beisbol.

Rafael Méndez

AGRADECIMIENTOS

A mi mamá, por insistir en que no me equivocara.

a mi papá, por apoyarme en silencio aún sabiendo que me iba a equivocar.

a mis hermanas, por demostrar discretamente su gran preocupación.

a Cristina, por no abandonarme mientras yo la abandonaba a ella.

a Irene, por regañarme incluso mientras escribía estas líneas.

a Rafael… chamo, te debo una.

José Manuel Pagani García

A mis padres “los eternos novios” por todo,
en especial por su apoyo, paciencia, consideración, respeto y confianza.

A mi hermano José Orlando “Cheo” Méndez por ser mi ídolo de beisbol.

A mi hermanita mayor Luisabel por estar siempre pendiente de mi.

A Danielle Andrea por demostrarnos que cada generación sale mejor.

A Alex, como siempre un modelo a seguir.

A mis primos y primas por permitirme hacer de sus sueños los míos y de los míos los suyos.

A la Familia García Pérez por el calor recibido.

A Juani por insistir.

A Cristina por los mejores sandwiches

A mis amigos por siempre estár y a mis amigotes por ser mayores que yo y permitirme aprender de sus experiencias.

A Alfredo por convencerme de todo esto y seguir creyendo en mí.

A todos los que mantienen al proyecto Quieto en Primera con vida.

A José Manuel por hacerme creer de nuevo en la realización audiovisual.

A mi nené Irene, por su dedicación incondicional y por dejarme amarla.

Rafael Méndez

A Valdo, nuestro tutor, por su confianza y sencillez.

A nuestro equipo de producción Oscar, Alexandra, Leo e Irene.

A Alfredo por estar allí.

A Irene y Cristina por hacernos sentir unos tipos con suerte.

Al “Gatín” por su solidaridad y compañía,
a FTV por estar en los momentos difíciles
y a Steve Jobs por hacer que el
pensar distinto funcione.

Rafael Méndez y José Manuel Pagani García

INDICE

AGRADECIMIENTOS……iii

ÍNDICE GENERAL ……..vi

INTRODUCCION……...1

CAPITULO I: EL BEISBOL. BREVE HISTORIA DEL JUEGO……4

1.1 Los Orígenes……..6

1.1.1. El Caso Doubleday: La Invención del Béisbol 6

1.1.2. Las Primeras Reglas: La Formalización del Juego 9

1.1.3. Los Red Stocking: Profesionalización del Deporte 10

1.1.4. La Liga Nacional y la Liga Americana 12

1.2 Las Etapas Del Beisbol……...13

1.2.1. La Era de la Bola Muerta: 1900-1919 13

1.2.2. Renacimiento del Beisbol: 1920-1945 15

1.2.3. Las Bases del Nuevo Béisbol 19

1.2.4. La Era del Boom 21

1.2.5. La Era Moderna 1980-actual 27

CAPITULO II: EL BEISBOL EN VENEZUELA……36

2.1. Evolución Histórica del Beisbol en Venezuela……37

2.1.1. Los Inicios 37

2.1.2. Un Punto de Partida: El Ferrocarril Central en Caracas 39
2.1.3. Fundación del Caracas Base Ball Club 42
2.1.4. El Primer Partido Internacional 43
2.1.5. Del Campo de Batalla al Campo de Béisbol 46
2.1.6. Crecimiento a nivel Técnico 48
2.1.7. La Institucionalización del Deporte 50
2.1.8. El Triunfo Internacional 56

2.2. Liga Venezolana de Beisbol Profesional……...57
2.2.1. Nacimiento de la Liga 58
2.2.2. El Chico 59
2.2.3. Los Yankees en Venezuela 60
2.2.4. Comienzan los Años Difíciles 61
2.2.5. Luis Aparicio Hijo 67
2.2.6. De las Interligas a la Huelga 70
2.2.7. Nacen los Escuelos 72
2.2.8. El Nuevo Beisbol Venezolano 74
2.2.9. El Presente Glorioso del Beisbol Venezolano 82

2.3. Beisbol y Medios en Venezuela……..86

CAPITULO III: PROGRAMA DE TELEVISION QUIETO EN PRIMERA ……90

3.1. Nuevo Concepto en el Tratamiento del Beisbol en Venezuela ……90
3.1.1. Misión: Propósito de Primera 93
3.1.2. Visión: Sociedad Béisbol 94

3.1.3. Objetivos Comunicacionales: Las señas del Manager 95
Entretener 96
Informar 98
Analizar 99
Sensibilizar 100

3.2. Alfredo Villasmil Franceschi: El Beisbol es Libertad, Libertad en Movimiento……103

3.3. Un Deporte y Dos Ligas, Un Programa y Dos Etapas……106
3.3.1. Quieto en Primera: Etapa Liga Venezolana de Beisbol Profesional 108
3.3.2. Quieto en Primera: Etapa Major League Baseball 110

3.4. Enfoque Comunicacional de Quieto en Primera ……111
3.4.1. Noia Studio: Enfoque y Método 112
3.4.1.1. Propuesta Organizacional 113
Flujo 114
Razón 115
Creatividad 115
3.4.1.2. Servicios y Unidades de Negocio 115
3.4.1.3. Enfoque Empresarial 118
Diseño Estratégico 118
Método 118
Relaciones 119
Innovación 119
3.4.1.4. Descripción del Método Noia Studio 119
Fase de Estudio 120
Fase de Planificación 121
Fase de Creación 121

Fase de Desarrollo 122
Fase de Seguimiento 122
3.4.2. Descripción Aplicación del Método a Quieto en Primera 123
3.4.2.1. Branding 125
Proyección de Imagen 126
La Pantalla y su Identidad Gráfica 127
3.4.2.2. Producción 127
Ficha Técnica del Programa 128
Definición del Equipo de Producción 128
Descripción de la Estrategia de Preproducción 130
Descripción de la Estrategia de Producción 132
Descripción de la Estrategia de PostProducción 133
3.4.2.3. Seguimiento 135

CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO: EL RETO DE LA NUEVA ETAPA ……137
4.1. Objetivos General y Objetivos Específicos ……137

4.2. Propuesta Metodológica ……..138
4.2.1. Análisis Situacional y Comparativo de las Etapas 139
4.2.2. Identificación de las Necesidades de Producción 139
4.2.3. Diseño de la Estrategia de Producción de la Etapa Grandes Ligas 140
4.2.4. Libro de Producción del “Programa Piloto” 141

CAPITULO V: ESTRATEGIAS DE PRODUCCION DEL PROGRAMA QUIETO EN PRIMERA EN LA ETAPA GRANDES LIGAS ……142

5.1. Etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional vs. Etapa de Grandes Ligas ……142

5.1.1. Quieto en Primera en la Etapa de la Temporada 2003-2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional 143

5.1.1.1. Tratamiento de Contenidos 143

-Secciones Fijas 144

-Secciones Itinerantes 145

Estructura de Contenidos 146

5.1.1.2. Planteamiento Estético Formal 148

5.1.1.3. Descripción Operacional 150

Nivel General 150

Nivel Específico: Pre Producción 151

Nivel Específico: Producción 154

Nivel Específico: Post producción 157

5.1.1.4. Análisis Situacional 159

Debilidades 159

Amenazas 160

Fortalezas 160

Oportunidades 161

5.1.2. Quieto en Primera: Etapa de Grandes Ligas 161

5.1.2.1. Descripción Previa de la Etapa 162

5.1.2.2. Análisis Situacional 166

Debilidades 166

Amenazas 166

Fortalezas 167

Oportunidades 167

5.2. Nueva Etapa, Nuevas Necesidades ……...168

5.2.1. Análisis Situacional Conjunto 168

5.2.2. Descripción de las Necesidades de Producción 171

5.3. Estrategias de Producción de Quieto en Primera: Etapa Major League Baseball ……..172

5.3.1. Declaración de la Estrategia Clave 173

5.3.2. Propuesta de Tratamiento 174

5.3.2.1. Diseño y Adaptación de Secciones 174

5.3.2.2. Definición de la Estructura de Contenidos 179

5.3.3. Propuesta Estética Formal 183

5.3.4. Propuesta Operacional: Manual de Producción 187

5.3.4.1. Descripción de Cargos 187

5.3.4.2. Consideraciones Generales de Producción 189

5.3.4.3. Preproducción 190

5.3.4.4. Producción 195

5.3.4.5. Postproducción 199

5.3.4.6. Instructivo de Composición Gráfica 201

5.3.4.7. Formas de Producción 212

5.4. Libro de Producción del "Programa Piloto" ……221

5.4.1. Pre Producción 222

5.4.1.1. Brief de Programa 222

5.4.1.2. Estructura de Contenidos 223

5.4.1.3. Briefs de Secciones 224

5.4.1.4. Libreto Referencial 226

5.4.1.5. Desgloses por Producción 238

5.4.1.6. Estimado de Gastos 240

5.4.1.7. Lista de Entrevistados e Invitados 241

5.4.1.8.Cronograma General 242

5.4.2. Producción 243
5.4.2.1. Plan de Grabación por llamado 243
5.4.2.2. Releases y Permisos 244
5.4.2.3. Planillas y Formas de Producción 250
- *Desglose-Llamado-Pauta de Producción* 251
- *Órdenes de Archivo* 255
- *Órdenes de Diseño Gráfico* 257
- *Otras planillas* 258

5.4.3. Post Producción 260
5.4.3.1. Pautas de Digitalización 261
5.4.3.2. Pautas de Edición 262
5.4.3.3. Reportes de Pietaje 263
5.4.3.4. Órdenes de Transferencias 264

CONCLUSIONES ……265

GLOSARIO ……..……269

BIBLIOGRAFIA ……276

ANEXOS ……278
Anexo 1……..279
Anexo 1-A. Cuadro Informativo o Infobox 279
Anexo 1-B. Barras de información 279
Anexo 2 ……..280
Anexo 2-A. Insert con dos líneas de texto 280
Anexo 2-B. Insert con tres Líneas 280
Anexo 3-C. Insert de Alfredo Villasmil Franceschi 280
Anexo 3 …… 281
Anexo 3-A. Cuadro de información de la sección

"Venezolanos de Grandes Ligas" 281
Anexo 3-B. Cuadro de información de la sección
"El Poder de los Numeritos" 281
Anexo 4 282
Anexo 4-A. Presentación del segmento
"El Poder de los Numeritos" 282
Anexo 4-B. Presentación del segmento
"La Comunidad del Béisbol" 282
Anexo 5 283
Anexo 5-A. Presentación de la sección
"Notas de Primera" 283
Anexo 5-B. Presentación de la sección
"Clínica Express" 283
Anexo 6 284
Tipología de secciones del programa Quieto
En Primera 284
Anexo 7 285
Anexo 7.1. Relación Porcentual de tipologías de
Secciones del programa Quieto en
Primera 285
Anexo 7.2. Relación Porcentual de tipologías de
Secciones informativas del programa
Quieto en Primera 285
Anexo 7.3. Relación Porcentual de tipologías de
Secciones por negro 286

CAPÍTULO I: EL BEISBOL. BREVE HISTORIA DEL JUEGO

El presente capítulo tiene como fin ayudar a comprender cuándo, dónde y quiénes originaron este deporte. Es importante reconocer en la historia que se presenta a continuación, que son los Estados Unidos de Norteamérica y su pueblo, entre los que se cuentan generaciones de inmigrantes de distintas razas, quienes han hecho grande al beisbol.

Algunos señalan que surgió hace 5.000 años en el Egipto de los Faraones, lo que elimina cualquier posibilidad que se haya iniciado en Estados Unidos, Inglaterra o Rusia, donde otros aseguran que se jugaba en la época de los Zares. (Benítez, 1980).

Si bien, muchas civilizaciones han tenido diversos juegos que implican una pelota y el uso de un palo, es en Norteamérica donde se sientan los cimientos formales del beisbol organizado. Es por ello que este capítulo toma importancia para la investigación, en sentido de ser antecedente e influencia a la cultura del beisbol en Venezuela.

Es Estados Unidos el primer país del continente americano en donde se jugaría el beisbol a partir de 1834. Respecto al origen de este deporte se puede decir que se debe a los inmigrantes ingleses, quienes trajeron al nuevo mundo un juego llamado *rounders*, muy popular en ese país desde comienzos del siglo XVII. El *rounders* se esparce por todo el Caribe y Latinoamérica, donde se conoce como “rondada”, el cual también se convertirá en el germen del beisbol en Venezuela.

> Las Reglas son muy parecidas a las del beisbol, porque el objetivo es anotar carreras después de batear y cubrir el recorrido de dos, tres, cuatro o más bases, depende de la cantidad de jugadores disponibles para cada juego. Unas de las diferencias es que el corredor puede ser out si, fuera de la base, le pegan la pelota (…) También difiere del beisbol en que no exige nueve jugadores por lado, sino que igual pueden ser seis, diez o veinte. (Vené, 1996: 10).

En contraste con los venezolanos, en la versión estadounidense se batea con un palo contra un *pitcher* o lanzador. Es lo que actualmente se conoce como *stickball*, que se juega en los barrios más populares de las grandes ciudades norteamericanas. En la versión latina el mismo bateador se servía los lanzamientos, e incluso en algunos países se bateaba con el puño, como el es el caso de Venezuela, donde la rondada es equivalente a lo que se conoce informalmente hoy en día como "pelotica de goma".

Sobre el nacimiento del juego inglés se puede decir que fue inventado para crear una fórmula parecida al *críquet*, para que los niños pudiesen practicar el deporte sin los riesgos de la dura y peligrosa pelota, y del remo o bate muy pesados. (Vené, 1996).

Los orígenes primarios del beisbol en nuestro país, si bien son análogos a los inicios norteamericanos, en cuanto a la influencia inglesa, son los mismos estadounidenses los responsables del diseño formal de las reglas de este deporte.

Pero más allá de formalidades, reglas y experiencias organizativas, la evolución del beisbol norteamericano interesa principalmente por sus historias y anécdotas que transmiten la esencia humana del deporte.

Dejando a un lado las estadísticas, el beisbol es un deporte de hombres y de historias detrás de números y resultados.

Este capítulo viajará desde los orígenes históricos del juego hasta un fugaz repaso de la historia de las Grandes Ligas o *Major League Baseball* (Liga Mayor de Beisbol), que es el tema central del programa de televisión resultado de este trabajo de tesis. Tanto los inicios como la historia del beisbol en Norteamérica es presentada desde una perspectiva humana y anecdótica, expresión de la cultura del beisbol.

1.1. Los Orígenes

1.1.1. El Caso Doubleday: La Invención del Beisbol

Sin duda alguna el país mayormente reconocido a nivel mundial por el beisbol es Estados Unidos de América. Su liga, *Major League Baseball*, conocida como Grandes Ligas es la de más alto rango en el mundo y cualquier pelotero que quiere pasar a los anales históricos de este deporte debe jugar o haber jugado en la llamada “gran carpa”.

En las bases del folklore estadounidense puede encontrase una teoría sobre el origen del beisbol. Albert Doubleday, un insigne militar americano, resulta según la tradición norteamericana el creador de un juego llamado *Town-Ball* que luego se convertiría en beisbol.

> Enciclopedias no especializadas, historiadores improvisados, voceadores de lo incorrecto y beneficiados del Hall de la Fama y anexos, insisten, aún después de la sentencia contraria de la corte de San Francisco en 1985, en que el general Abner Doubleday inventó el beisbol en cierta tarde del verano 1839, en un terreno desolado de Cooperstown, Nueva York. (Vené, 1996: 8).

Según esta posición, la teoría estadounidense obedecía a intereses comerciales e industriales, amparados en un sentimiento patriótico, dirigido por el elegante caballero capitalista Albert Spalding, uno de los mejores lanzadores de la *National Asssociation,* el primer intento de beisbol organizado.

Al comenzar el siglo XX, Spalding era famoso como *ex-bigleager* y reconocido como uno de los mayores fabricadores de útiles para el beisbol. Por esta razón, disfrutaba de ciertas influencias en las alturas gubernamentales y decidió aprovecharlas para oficializar el mito de que el beisbol era un invento genuino de los Estado Unidos. (Vené, 1996).

La inquietud acerca de los orígenes del beisbol comienza en 1889, en un reconocido restaurante neoyorquino llamado *Delomónico´s,* donde se reunieron cerca de un centenar de personas para agasajar a un grupo de peloteros profesionales:

> En la cena de Delomónico´s, uno de los que habló fue Abraham G. Mills, como Ex Presidente de la Liga Nacional. Dijo conocer sin duda alguna, y 'gracias al patriotismo y a las investigaciones', se ha establecido que el juego del beisbol es de origen norteamericano. La audiencia recibió el anuncio con tal entusiasmo que se oyeron gritos estentóreos de '¡No rounders!…!No rounders!', y el orador se refirió a que 'finalmente ha sido descartada la pretensión inglesa de que el beisbol desciende del rounders'. (Vené, 1996: 10)

A pesar de los fanáticos sentimientos que se sintieron aquella tarde de primavera en 1889, la mayoría de los seguidores del beisbol no lograron quitar de su mente la idea de relación entre Inglaterra y el beisbol.

En 1903, Henry Chadwick, el primer cronista deportivo en la historia del periodismo (Vené, 1996), un inglés que desde niño vivía en los Estados Unidos, escribió un artículo sobre la relación entre el *rounders* y el beisbol, que salió en varios periódicos a nivel nacional.

Spalding, conciente de su responsabilidad como promotor de la "teoría Dobleday", constituyó una comisión para investigar los orígenes del beisbol denominada la "Comisión Mills", por la participación del ex-presidente de la liga y vocero del beisbol como creación americana. Spalding cuidó bien de no incluir a nadie que, como Henry Chadwick, pudiera discutir lo contrario a lo que se perseguía. (Vené,1996)

> Nadie pudo jamás revisar la pruebas escritas ni de otro tipo supuestamente recabadas por la Comisión Mills, porque el sitio donde decían tenerlas en Baltimore, se incendio de pronto sin que se haya sabido cómo ni por qué. Míster Mills asegura que todo se había quemado. (Vené, 1996: 12)

Aunque muchos todavía creen que Albert Doubleday es el verdadero creador del beisbol, a pesar de todas las incongruencias que rodean su caso y la decisión del jurado de San Francisco en 1985, que favorecieron los intereses de Spalding, se puede considerar como el verdadero padre del beisbol a Alex Cartwright, jugador del *Knickerbocker* quien dio los primeros pasos en la formalización del deporte. (Lahman, 1996)

1.1.2. Las Primeras Reglas: La Formalización del Juego

El primer equipo organizado fue el de los *Knickerbockers Baseball Club* de Nueva York, nacido en 1845 de un grupo de caballeros que se reunían en un solar en Manhattan a jugar beisbol, lo cual también ocurría en otras áreas de la costa este de Estados Unidos.

Uno de los jugadores de los *Knickerbockers* era un caballero inmenso, fornido y sonriente llamado Alexander Cartwright que se encargó de analizar sus experiencias de años jugando al beisbol y llegó a una serie de conclusiones que conformaron las 21 reglas para jugar el beisbol, de las cuales varias siguen vigente hoy en día. (Vené, 1996)

Como se pretendía una actividad más organizada, los *Knickerbockers* tuvieron que buscar un terreno adecuado para el primer juego con las nacientes reglas, por lo cual alquilaron el *Elysian Field*, en Hoboken, Nueva Jersey.

Por otro lado, Cartwright consideró que el equipo más apto para enfrentarse a los *Knickerbockers* en la inauguración del reglamento era el de los *New York Nine*.

A la hora de cantar *play ball*, se dieron cuenta que faltaba un *umpire*, por lo que Cartwright, quien era el que mejor dominaba las reglas, se quedó fuera del juego para servir de juez.

Irónicamente, Los *Knickerbockers* perdieron el juego con un *score* final de 23-1. A pesar de la humillante derrota, los *Knickerbckers* dominaron el beisbol en la costa este por más de 10 años, siendo sus reglas aceptadas por todos aquellos que jugaban este recién nacido deporte.

1.1.3. Los Red Stockings: Profesionalización del deporte

Poco a poco el beisbol se dejó de ver como una actividad de entretenimiento social para transformarse en una actividad deportiva de competencia real.

Seguían apareciendo equipos en otras ciudades además de Nueva York, Nueva Jersey y sus zonas aledañas. En 1857 se creó *National Association of Baseball Players* (Asociación Nacional de Jugadores de Beisbol), que se encargaría de regir la actividad en todas sus manifestaciones. Para final de ese año habían 24 clubes registrados en la liga. (Vené, 1996).

Los primeros años de 1860 fueron turbulentos en la historia nortemericana. Debido a la Guerra Civil el número de clubes se había reducido enormemente. Aún así, el aspecto positivo fue que los jugadores, ahora unidos a las filas de batalla, llevaron el beisbol a otras regiones del país, esparciendo la pasión por el deporte. Para finales de la guerra, la liga contaba con más de 100 clubes. (Lahman, 1996).

El beisbol se convirtió rápidamente en el pasatiempo nacional de los norteamericanos, y anunciaba su triunfal futuro presentándose como un juego de fácil adicción.

En 1866 se legitimó el beisbol como fuente de trabajo, cuando la *National Association* reconoció como profesionales a los jugadores de beisbol, quienes recibían dinero para jugar el deporte.

Los hermanos George y Harry Wright, junto a un grupo de amigos que desde 1859 jugaban en Cincinnati, formaron en 1866 el primer equipo

profesional: los “Cincinnati Red Stockings”, cuyos jugadores cobraban sueldos para jugar.

Durante su inmensa gira de apertura, donde recorrieron casi doce mil millas por tren y barco, se dice que ganaron 57 veces sin derrota alguna, anotando un total de 2.395 carreras contra 574 de sus oponentes. Gracias a esta marca fueron vistos por más de 200 mil espectadores de todo Estados Unidos. (Vené, 1996)

Con la profesionalización del beisbol los equipos amateur comenzaron a desaparecer, ya que no tenían como competir con los equipos profesionales. De esta manera, para 1871 la Asociación Nacional de Beisbol se convirtió en la primera liga profesional.

En este ambiente nacía también la primera estrella del beisbol profesional: George Wright, uno de los hermanos creadores del Cincinnati *Red Stockinsgs*. Fue considerado mejor que Dicker Pearce, quien virtualmente había creado la posición de campo corto:

> Tenía manos extraordinariamente flexibles y perfeccionó un estilo de parar la bola con los codos doblados para amortiguar el golpe. Supuestamente fue él quien realizó el primer truco de la bola escondida, iniciando una tradición de los primeros jugadores quienes ocultaban una pelota de beisbol en sus uniformes o entre la grama para utilizarla de acuerdo con la necesidad. (…) A pesar de medir apenas 5 pies y 9 pulgadas y pesar 150 libras era un cañonero temible. (En el Punto.com, 2004).

Para 1870 su equipo, Los Cincinnati *Red Stockings*, comenzaron una nueva temporada llena de éxitos como las de los años anteriores. Las

victorias consecutivas de los dos años sumaban 80 hasta mediados de junio. Se proclamaban los campeones mundiales del Beisbol.

Un evento rompería la favorable racha de los "Medias Rojas": El 14 de junio de 1870 arribaron al *Brookyn´s Capitoline Grounds*, terreno de juego de los *Atlantics,* reconocidos por su agresividad y calidad en el juego. Se jugó el partido más cerrado de la época, culminando el noveno *inning* empatados a cinco.

Llegados a once *innings*, los Atlantics dieron el "batazo" de gracia que les concedió la victoria por la ventaja mínima. Era la primera vez que perdían los *Red Stockings*, al igual que la primera vez que se dejaba un equipo en el terreno.

Los *Red Stockings* desaparecieron poco después, al mismo tiempo que los hermanos Wright se mudaron a Boston para crear los "Boston *Red Stockings*", ancestros de los actuales "Boston *Red Sox*".

"La experiencia de Cincinnati animó a numerosos entusiastas del beisbol y del negocio del espectáculo, por lo que pronto hubo decenas de equipos profesionales" (Vené, 1996: 28)

1.1.4. La Liga Nacional y la Liga Americana

Para 1871, con la profesionalización del deporte y la desaparición de los equipos amateurs, la Asociación Nacional contaba con nueve equipos en la liga, número que en 1875 llegó a 13.

Pero la duración de esta asociación fue corta. La presencia de corredores de apuestas en los partidos dañaba la imagen del beisbol, al

igual que la venta de licor en las gradas. Esto alejaba los fanáticos de los terrenos de juego.

Ante la ineficacia de la Asociación Nacional de Beisbol de controlar ésta situación, fue disuelta en 1875 y reemplazada por la "*National League*" (Liga Nacional). Esto trajo beneficios a nivel administrativo, como el establecimiento de precios estándar para las entradas, mejor organización en los cronogramas de juego y progresos en los contratos de los peloteros. Así, demostraron el potencial de éxito que tenía el beisbol como negocio. (Lahman, 1996).

Para comienzos del siglo XX surge una nueva liga, "*American League*" (Liga Americana), la cual comenzó a competir con la Liga Nacional por el negocio del beisbol. Esta liga se hizo de los mejores jugadores de la Liga Nacional. Pero, pensando en el futuro del beisbol, ambas ligas consiguieron la manera de coexistir pacíficamente a través de un acuerdo que paulatinamente se convertiría en el nacimiento de la *Mayor League Baseball, "*La Liga de Beisbol Mayor".

1.2. Las Etapas del Beisbol

1.2.1. La Era de la Bola Muerta: 1900-1919

La llamada era de la "bola muerta" comenzó a principios de siglo XX y se extendió hasta finales de la segunda década. El nombre surgió de las condiciones de los implementos utilizados en el juego, como bolas blandas y bates muy pesados, que no permitían la presencia de grandes batazos ni de vistosos jonrones, pero sí favorecía por completo a los *pitchers*.

Debido a la falta de especificidad técnica en cuanto al *pitcher* en el reglamento, los lanzadores usaban cualquier tipo de artimañas para ponchar a los bateadores incluyendo el *spit ball* o ensalivar la bola, un lanzamiento que actualmente no esta permitido en las Grandes Ligas. Muchos lanzadores de esta era son reconocidos como los mejores de todos los tiempos: Cy Young, Christy Mathewson y Walter Johnson.

Además de tener en contra la mala calidad de la pelota y el peso del bate, los bateadores no tenían una técnica de agarre muy efectiva y no atacaban los lanzamientos de manera agresiva. A pesar de esto, nacieron varias estrellas del diamante que pudieron destacarse al bate aun cuando era tan difícil, algunos se convirtieron en "toleteros" de alto rango dentro de la historia del beisbol. Este es el caso de Ty Cobb, Joe Jackson y Honus Wagner.

Durante estos años, la popularidad del pasatiempo nacional se disparó junto a la asistencia a los estadios y el aumento de la cobertura de la prensa que incluyó hasta películas y la popular canción de todos los tiempos *Take Me Out to the Ball Game* (Llévame al Juego de Pelota), introducida en 1908.

La introducción de la pelota con centro de corcho para 1910, marcaba el comienzo del fin de la bola muerta. Su uso se popularizó para finales de ésta década, cuando comenzaron a aparecer grandes *sluggers* (bateadores de poder) que poco a poco perdían el miedo de atacar la pelota agresivamente.

La transformación fue iniciada en 1919 cuando Babe Ruth de los *Red Sox*, de Boston bateó 29 cuadrangulares para establecer una nueva marca de jonrones en una temporada. Entre 1914 y 1918, Ruth llevó a su

equipo a alzarse con la Serie Mundial en cuatro oportunidades . Al año siguiente, los *Red Sox* vendieron a esta estrella por una gran suma de dinero a los *Yankees* de Nueva York, donde Ruth entregaría sus mejores años al beisbol. Al salir del equipo, Ruth desconsolado, profirió la conocida "Maldición de Babe Ruth" cuando indicó que debido a la decisión de Boston, este equipo jamás obtendría un título de campeones. Boston no ha vuelto a ganar otra Serie Mundial desde entonces.

La "bola muerta" vio nacer la Serie Mundial. Sin embargo, la Serie Mundial de 1919 y los Chicago *White Sox* terminaron esta era, caracterizada por su inocencia, con un escándalo que traería cambios profundos en el ámbito "peloteril".

Desalentados por sus bajos salarios, ocho jugadores de Chicago *White Sox* aceptaron sobornos de los apostadores para vender la Serie Mundial al campeón de la Liga Nacional, los *Cincinnati Reds*. Cuando las revelaciones del llamado "Escándalo de los Medias Negras" salieron a la luz, destruyeron la reputación de la Comisión Nacional y terminaron con el antiguo Acuerdo Nacional.

1.2.2. Renacimiento del Beisbol 1920-1945

Después del escándalo de la Serie Mundial de 1919, muchos se preguntaban cómo sobreviviría el beisbol.

Cuando el autocrático Landis, nuevo Comisionado del Beisbol resolvió el escándalo de los Medias Negras expulsando de por vida del béisbol organizado a los ocho jugadores de Chicago acusados, el béisbol de Grandes Ligas comenzó una nueva era dorada de gloria y dinero. La medida de expulsión no tenía posibilidades de apelación, ya que la Corte

Suprema de los Estados Unidos dispuso que ningún tribunal del país podría, desde entonces y hasta nuestros días, cuestionar las decisiones de la Oficina del Comisionado del Beisbol.

En 1920, Babe Ruth,a ahora con los *Yankees* logró alcanzar 54 jonrones para romper su propia marca en una temporada, que acababa de establecer precisamente el año anterior.

Esta época también trajo consigo grandes y poderosos equipos como los mismos *Yankees* de Nueva York. Igualmente nacían estrellas individuales reconocidas por su poderío al bate, liderados por Babe Ruth, quien ya estaba cautivando a sus *fans* con su maestría en el manejo del estilo ofensivo denominado como *big-bang*, el cual era buscar la bola agresivamente en búsqueda de batazas de cuatro esquinas.

Los *Yankees* de Babe Ruth obtienen el primer campeonato de su historia en 1923 al imponerse ante los Gigantes, también de la "Gran Manzana". Los *Yankees* venían de perder la Serie en 1921 y 1922 contra los mismos Gigantes. En 1926 se confirma la parcial hegemonía "*yankee"* con su cuarto pase a la final en seis años. Pero no será hasta 1927 que el equipo neoyorquino consolide su fama tras la gloriosa temporada ese año. Seis de sus jugadores batearon por encima de los .300 puntos; el trío Ruth, Gerigh y Lazzeri conectaron 125 jonrones en conjunto, Babe Ruth con la cifra record de 60, Gerigh con 47 y Lazzeri con 18. Además, seis de sus lanzadores, entre los que se destacaban Wait Hoyt, Herb Pennock y William Moore obtuvieron 106 victorias en total. Con estos números, muchos justifican la afirmación de que los *Yankees* del '27 es el mejor equipo de todos los tiempos.

Con la llegada de la década de los 30, y a pesar de la gran ayuda aportada por el Comisionado Landis en el restablecimiento de la imagen

honesta del beisbol luego del escándalo de las Medias Negras, la postura autocrática del comisionado irritaba a los dueños de equipos de ligas mayores, quienes se resistían a su oposición a las sucursales de ligas menores y a su conservador enfoque relacionado a las ventas de los derechos de transmisión por radio de los juegos de Series Mundiales. Landis también se oponía tajantemente a la integración racial del béisbol organizado.

En esta era Andrew “Rube” Foster fundó la *Negro National League* en 1920. En 1923 la Liga de Color del Este salió al territorio de juego como una segunda organización de Grandes Ligas de los jugadores afroamericanos, pero esta se desintegró dando origen en 1928 a la *Negro American League*, la cual duró hasta 1950. Tales ligas disponían de grandes estrellas de color como los futuros “Salón de la Fama” Satchel Paige, Pop Lloyd, “Cool Papa” Bell, el toletero Josh Gibson, y Ray Dandridge.

Los juegos de exhibición durante la post-temporada que se hacían entre jugadores de las ligas blancas y negras atrajeron la atención hacia las estrellas de color, cuyas habilidades eran iguales y a menudo superiores a la de los jugadores blancos.

La década de 1930 fue una década conservadora, sin cambios significativos en las reglas de juegos. En estos años los equipos continuaron dominando el estilo *big-.bang*, con nuevos *records* de cuadrangulares anuales, y promedios de pitcheo menos efectivos con respecto a la década de los años veinte.

Estados Unidos sufrió durante estos años los efectos de una prolongada recesión seguida luego por años de guerra. En Estados Unidos de América la gran depresión arruino la década de 1930 creando

millones de trabajadores sin empleo, manteniendo los salarios muy por debajo de los de 1929, fue reduciendo el crecimiento poblacional y por supuesto, reduciendo drásticamente el gasto en actividades recreativas.

El béisbol de las Grandes Ligas sintió los efectos de la incipiente depresión en 1931, tiempo en el que la Liga Americana y Nacional sufrieron grandes perdidas. Las austeridades impuestas por la depresión fueron un reto para todos los clubes de esta era los cuales debieron encontrar nuevas formas para obtener ingresos. La venta de concesiones, el uso de programas promocionales, y la realización de juegos nocturnos fueron tácticas que tomaron prestadas de las ligas menores y de las ligas negras.

Aunque la partida de Ruth en 1935 le quitó al juego unos de sus héroes más coloridos de todos los tiempos, nuevos “toleteros” estrellas como Hank Greemberg, Ted Williams, y Joe DiMaggio resultaron ser valerosos sucesores. Sus logros y los logros de los equipos fueron majestuosamente cubiertos por los redactores deportivos y por una nueva capa de comentadores radiales, entre los que se encontraban algunos ex-jugadores.

La popularidad de los juegos nocturnos logró que la mayoría de los clubes de la liga siguieran ese camino para 1940, ya que las condiciones económicas, ahora afectadas por la Segunda Guerra Mundial, obligó a muchos fanáticos tomar trabajos de doble turno que les impedía visitar los estadios durante el día. Otra fuente de beneficios surgió de la venta local de derechos radiales para transmitir las incidencias de los juegos. Para 1939 el ingreso total debido a la radio totalizó 7.3% de los ingresos de los clubes, un gran aumento comparado con el insignificante 0.3% de 1930. (En el punto.com, 2004).

El beisbol que ahora vivía una situación de prosperidad total gracias a los medios de comunicación, daría un vuelco total cuando muchos de los jugadores se tuvieron que enfrentar a un nuevo dilema: la Segunda Guerra Mundial. Gran número de peloteros tuvieron que abandonar el terreno de juego para ir a los campos de batalla.

Cuando la guerra terminó en 1945 con una victoria completa sobre las potencias del eje nazi, las proyecciones para el béisbol de las Grandes Ligas se veían brillantes. Pero ese año también trajo la noticia de la venta de los *Yankees* a un triunvirato de propietarios que pagaron 2.8 millones por el club. Este cambio de dueños en la posguerra trajo consigo otra fase de dominio "*yankee"*.

1.2.3. Las Bases del Nuevo Beisbol

Los siguientes 15 años sería un época de grandes cambios. Al igual, que el reordenamiento geopolítico resultado del final de la Segunda Guerra Mundial, el beisbol vivió un período de renovación.

El primero de estos cambios es conocido como la supresión de la barrera racial. Hasta entones los jugadores de color sólo podían ejercer la profesión de deportistas en ligas reservadas para sí mismos. Sin embargo, este fenómeno sólo afectaba el aspecto organizacional del juego, ya que el público, independientemente de su raza visitaba indiferentemente los estadios de tanto las Grandes Ligas como de las Ligas Negras. Incluso, casi todos los equipos de Grandes Ligas realizaban series de exhibición antes del campeonato en países latinoamericanos como Venezuela y Cuba, donde departían sin inconvenientes tanto con peloteros latinos como con jugadores

estadounidenses de color, quienes integraban las filas de equipos caribeños.

En 1947, Branch Rickey, propietario de los *Dodgers* de Brooklyn, decidió barrer la injustificada barrera al contratar jugadores afroamericanos como el pionero Jackie Robinson, Roy Campanella entre otros, quienes también llegarían a jugar con los *Dodgers* de Brooklyn. El atrevimiento de Rickey provocó que en poco tiempo todas las franquicias del beisbol organizado, adquirieran los servicios de jugadores de color, quienes con los años han demostrado su gran aporte a este deporte. Este hecho ha contribuido en gran medida a la aceptación de "peloteros" latinoamericanos en las Grandes Ligas, aunque desde 1902 ya se veían jugar latinoamericanos de manera esporádica.

El segundo cambio de importancia, fue que se masificaron las transmisiones de televisión, permitiendo a los estadounidenses disfrutar de este pasatiempo aún mientras permanecían en sus casa o trabajos, al igual de hacer llegar la emoción de las Grandes Ligas a zonas alejadas de las metrópolis. Así, el beisbol ganó más adeptos y se inició un período de generosas ganancias para los dueños de equipo quienes vendían los derechos de transmisión a cadenas de televisión por grandes sumas de dinero. Los peloteros también salieron beneficiados al recibir mejores salarios.

Luego de la primera transmisión local en vivo de una Serie Mundial, en 1947 , entre los *Dodgers* de Brooklyn y los *Yankees* de Nueva York, los fanáticos pudieron apreciar a sus ídolos de manera directa sin tener que trasladarse a los estadios. Luego, tras la primera transmisión a nivel nacional muchos seguidores del "mejor beisbol del mundo" lejos de la grandes ciudades, tenían ahora la oportunidad de visualizar como lucían

aquellos héroes que sólo podían imaginar gracias a la prensa escrita y la radio.

La televisión no sólo trajo grandes ganancias económicas a través de las transmisiones sino que llevó a los jugadores de beisbol a convertirse en estrellas, ya no del diamantes sino de la cultura mediática. Buen ejemplo de este nuevo status de celebridad para los beisbolistas es la relación amorosa entre Marilyn Monroe y el *yankee* Joe Dimaggio consagrado en un efímero matrimonio de sólo nueve meses en 1954. Los jugadores, añadieron a su fuente de ingresos participar como imagen de productos publicitarios en comerciales para la televisión. La relación entre peloteros y la prensa ya no sería la misma, y los medios se encargaron de magnificar o disminuir las actuaciones de las estrellas del beisbol.

Este período también significó el traslado de franquicias de equipos a nuevas áreas y nuevos mercados. En 1953 los *Braves* de Boston se mudan a la Ciudad de Milwaukee. Un año más tarde, los *Browns* de San Luis llegan a Baltimore para convertirse en los *Oriols.* Durante 1955 los Philadelphia *Athletics* se trasladan a Kansas City. Y en 1958, los legendarios equipos y rivales Gigantes de Nueva York y *Dodgers* de Brooklyn, se asientan en la Costa Oeste norteamericana en la ciudades de San Francisco y Los Angeles respectivamente. La rivalidad entre éstos dos clubes continúa su historia al enfrentarse en el primer encuentro de esa temporada, con el primer triunfo de *Dodgers* en su nueva ciudad.

1.2.4. La Era del Boom

Los cambios en que se vivieron en el beisbol los años que precedieron la década de los años 60 preparó el camino para uno de los

momentos más populares y de mayores ganancias económicas: el “boom del beisbol”. (Historic Baseball.com, 2004).

Estados Unidos es ahora una de las dos potencias mundiales. La guerra fría se encuentra en su momento más álgido. Los cambios sociales, provocan una secuencia de años de gran inestabilidad con los asesinatos del Presidente Kennedy, del dirigente racial Malcom X y del líder de las reformas sociales Martin Luther King. La Guerra de Vietnam crea grandes descontentos internos y los americanos, al igual que el resto de occidente, deja atrás comportamiento formales, lo cual, a finales de la década se ve expresado en las manifestaciones *hippies* del “verano del amor” en San Francisco y el concierto de Woodstock. En 1969, los Estados Unidos ganan “la carrera espacial” poniendo al primer hombre sobre la Luna el 21 de Julio de 1969.

Aún con el ambiente de inestabilidad e incertidumbre político – social, los Estados Unidos de América viven uno de mayores crecimientos económicos, del cual el pueblo y los trabajadores salieron muy favorecidos. Esto trajo como resultado un notable incremento en la calidad de vida del norteamericano promedio y que los gastos en diversión se dispararán a más de 18 billones de dólares al año. (En el punto.com, 2004). El impacto directo que este fenómeno trajo sobre el beisbol es que la natural multiplicación de los asentamientos urbanos, llevarán a los propietarios de equipos y a la liga en general a planificar una expansión o posible mudanzas de los equipos a zonas en desarrollo.

La Liga Americana se lanzó a su primer intento expansionista en 1961. Ese año aceptó a los Angelinos de California y a una nueva edición de los Senadores de Washington, ahora en la ciudad de Minesota, quienes gracias al revuelo que causó la reubicación fue renombrado con el nombre de Mellizos (*Twins)*. El nombre Senadores se quedó en

Washington pero ahora en una nueva franquicia. Esta fue una medida poco conocida ya que el nuevo equipo fracasó debido a mala gerencia y poca asistencia. En 1972 los Senadores se mudaron a Arlington, Texas, donde prosperaron como los Rangers de Texas. Los Angelinos de la Americana tampoco pudieron salir adelante en Los Angeles, donde era opacados por los *Dodgers* siendo reubicados en Anaheim en 1965.

Durante la primera temporada de la expansión (1961), la liga autorizó la extensión del campeonato a 162 juegos para darle cabida a las dos nuevas franquicias. Este hecho, fue muy controversial para finales de la campaña debido a la carrera protagonizada por los *yankees* Roger Maris y Mickey Mantle quienes estaban tras la marca establecida por Babe Ruth en 1927, de 60 jonrones en una sola temporada, pero en menor cantidad de juegos: 151. El día 2 de septiembre, Maris conectó sus cuadrangulares 52 y 53, pero al día siguiente Mantle llegaba a 50. Siete días más tarde, Maris estaba en 56 y Mantle en 53 y faltaban 17 juegos para culminar los 162 de la temporada y sólo seis antes de llegar al número de encuentros que jugo Ruth en 1927. Mickey Mantle sólo pudo llegar a 54 antes de retirarse de la temporada a causa de un virus que deterioraba su estado de salud. Al finalizar la temporada, Roger Maris rompería la marca conectando el jonrón 61. Este hecho fue cuestionado por numerosos puristas y reaccionarios quienes no admitían que el beisbol tenía un nuevo “Rey del Jonrón”. En esa temporada, Roger Maris no sólo tuvo que luchar contra los lanzadores que le enfrentaban, sino que debido a su poco carisma y timidez se ganó el desprecio de los periodistas y fanáticos de la “Gran Manzana” quienes apostaban sus esperanzas a Mickey Mantle, héroe consentido, carismático y único considerado por ellos para batir la marca del “Bambino” Babe Ruth.

En 1962, a la Liga Nacional le fue mucho mejor con su expansión de ese año. Se añadieron las franquicias de los *Colt 45* de Houston y de

los *Mets* de Nueva York. Los primeros inspirados por el nombre de su nuevo estadio de 1965, cambiaron su nombre a los Astros, en honor al estadio *Astrodome* de Houston, monumento arquitectónico de la era de la "carrera espacial" que cuatro años más tarde llevaría al hombre a la Luna. Los *Mets*, se mudarían a Queens tras la construcción del *Shea Stadium* mejor conocido por el concierto más grande dado por los *Beatles* en su primera gira por Estados Unidos.

Los sesenta fueron una época de inicio de carrera de prominentes. jugadores "blancos". Siguiendo a Maris, Carl Yastrzemski, ganó la Triple Corona de la Liga Americana en 1967; y Pete Rose, quien entró como novato en 1963 con los Rojos de Cincinnati más tarde rompería la marca de por vida de Ty Cobb de 4,191 *hits* sumando 4,266 en 1986.

La temporada 1968, fue nombrada "el año del pitcher" lo cual se demostró con una efectividad colectiva entre todos lanzadores de las mayores de 2.98 carreras limpias por cada nueve episodios lanzados, y por los 31 juegos ganados por el pitcher de los Tigres de Detroit Denny McLain. La extraordinaria actuación de los lanzadores fue atribuía a la aplicación de modificaciones al montículo que se hizo ese año, aumentando la altura de la lomita lo que hacía que los *pitchers* tuviesen más impulso y velocidad en sus serpentinas. La casi nula actuación de los bateadores se reflejó en la asistencia en los estadios. Del record de 15 millones de entradas pagas de 1966 la asistencia en la Liga Nacional cayó a 11 millones en 1968, trayendo grandes pérdidas para los equipos. Para la temporada de 1969, las modificaciones que favorecieron a los *pitchers* fueron eliminadas en búsqueda de mayor poder ofensivo y mejores ingresos por venta de entradas. (En el punto.com, 2004).

Los finales de los sesenta, despertarán en la realidad de que el beisbol es ahora un deporte multirracial. Con la extraordinaria actuación

de más de un centenar de jugadores de color y latinoamericanos, aquellos años los primeros dominaban la escena de este deporte. Entre las principales súper estrellas se destacan Willie Mays, Frank Robinson y quien llegaría a ser el hombre record con más jonrones de porvida: Hank Aarón, con 755 vuelacercas llevándose la marca de 714 de Babe Ruth. Entre los latinos destacaron el puertorriqueño Roberto Clemente, Orlando Cepeda, el venezolano Luis Aparicio, y Felipe Rojas Alou.

Las expansiones continuaron su evolución en distintas etapas de adiciones y para 1977 existían ya 26 clubes en las mayores, 12 en la Nacional y 14 en la Liga Americana. El calendario se mantendría igual con 162 juegos. La formula aplicada desde 1969, en la cual los equipos de cada liga se ordenaban en dos divisiones (Este y Oeste) cuyos campeones definían una serie semifinal de donde saldría el representante de cada circuito para la Serie Mundial, fue muy aceptada por los fanáticos y para el año en mención, 1977, existiría el ordenamiento que se mantendría hasta los años noventa. En la Liga Nacional, el Este estaría conformado por las franquicias de *Mets* de Nueva Yok, Piratas de Pittsburg, Expos de Montreal, *Phillis* de Philadelphia, Cardenales de San Luis y los Cachorros de Chicago. El Oeste del viejo circuito presentaría a los Gigantes de San Francisco, *Dodgers* de Los Angeles, Astros de Houston, Rojos de Cincinnati y Bravos de Atlanta. En la Americana, sus 14 equipos se agrupan así, en el Este, los *Yankees* de Nueva York, Azulejos de Toronto, Medias Rojas de Boston, Oriles de Baltimore, Tigres de Detroit, Indios de Cleveland y Cerveceros de Milwaukee. Mientras en el Oeste, los otrora Senadores de Washington, ahora en Minesota bajo el nombre de los Mellizos, se agruparían con los Atléticos de Oakland, *Rangers* de Texas, Angelinos de Anaheim, Reales Kansas City, los Medias Blancas de Chicago y los Marineros de Seattle.

Es importante señalar, que la medida más impactante en el beisbol de la época fue la decisión de la Liga Americana de suprimir el puesto del pitcher como bateador y crear la figura el “bateador designado” quien no juega en el campo y sólo se encarga de batear.

Los años sesenta y setenta impactaron la estética de los uniformes, apariencia y comportamiento de los jugadores de beisbol. En el sitio de Internet En el *Punto.com* (2004) se señala lo siguiente:

> Como celebridades de la TV, los jugadores de esta época eran considerados clase aparte con relación a los de las generaciones pasadas. Con más glamour debido a su exposición en televisión, muchos más ricos, y más mimados, algunos jugadores cedieron ante las drogas ilegales hasta el punto de autodestruirse. En esta época el creciente problema de abuso de droga en el béisbol reflejaba una epidemia nacional que fue uno de los peores legados de aquélla década nostálgica, los sesenta irreverentes.

Herencia de aquella violenta era fue la aparición de muchos jugadores melenudos. Además de vestir uniformes extrañamente llamativos, muchos jugadores lucían además cabello largo, bigotes, y barbas a la usanza de los jugadores del siglo 19. En principio en símbolo de protesta social durante los 60, esta melenuda apariencia era ahora la moda favorita de los varones americanos.”

Muchos se opusieron a tal comportamiento licencioso de los jugadores, sobretodo en su aspecto físico y pulcritud. Sin embargo, hubo quienes disfrutaban del espectáculo de las “melenas” y “barbas” y así, el propietario de Oakland Charles Finley la fomentó pagando a sus jugadores $300 por cabeza para que se dejaran crecer el bello facial. Una

vez establecida, la moda se extendió ampliamente entre los jugadores y continua hasta el día de hoy.

Para finales de la década de los setenta, las minorías afroamericanas e hispanas representaban al menos un cuarto de los peloteros en las mayores. El hecho no fue solo una cuestión de cantidad sino que la calidad. Nacerían estrellas como Bob Gibson y Juan Marichal, quienes serían *pitchers* merecedores del título de miembros del "Salón de la Fama", David Concepción, venezolano miembro de la "maquinaria roja" de Cincinnati de los setenta, Rickey Herderson, el mayor robador de bases de todos los tiempos, y "*Mister*" Octubre Reggie Jackson, quien debe su mote a sus espectaculares actuaciones durante las semifinales y series mundiales. Este último fue uno de los mayores jonroneros de la época y sus orígenes raciales son una mezcla entre latinos y afroamericanos.

Los años setenta y el renacimiento del beisbol terminarían con 26 equipos en 24 ciudades, nuevos ídolos y nuevas generaciones de fanáticos. Los *Yankees* ganarían su último título hasta 1996, en 1978, terminando así una década de hegemonías protagonizadas por Baltimore, Oakland, Cincinnati y ellos mismos. Así se iniciaría una periodo de pluralidad de campeones que durará más de diez años.

1.2.5. La Era Moderna: 1980 - actual

Durante los primeros años de la década que se inicia en 1980, Estados Unidos vive bajo el primer gobierno de Ronald Reagan, caracterizado por altas tasas de desempleo y una economía que se mantenía pujante gracias al desarrollo industrial y la inversión en

tecnología: es la época de *Wall Street,* y de la ofensiva económica contra el bloque soviético.

Las Grandes Ligas ven afectada su dinámica con huelgas o conatos de ellas, que además de afectar las relaciones entre los propietarios de equipos y la Asociación de Jugadores, afectaría mayormente la temporada de 1981. El resultado es una huelga que paralizó las acciones de liga mayor durante al menos un tercio de campaña, picando la temporada en dos partes. Los conflictos se repetirían en las temporada de 1985, pero al igual que en 1980 no se perdió ningún encuentro.

La década continúa con la aparición de nuevas figuras que marcarían para siempre la historia de deporte. Wade Boggs, de los Medias Rojas de Boston se convertirían en uno de los mejores bateadores de la historia acompañado por Tony Gwynn, de los Padres de San Diego en la Liga Nacional. Entre los *sluggers* destacan el de los Phillis Mike Schmidt, Adre Dawson y Darryl Strawberry en la Nacional y, el venezolano Antonio Armas, Jim Rice, Mark McGwire y José Canseco en la Liga Americana. De los pitchers se pueden nombrar, Roger Clemens, la consagración del ya veterano Nolan Ryan, el mexicano Fernando Valenzuela, Steve Cartlon, Dwight Gooden y Orel Hersheiser quien llevaría a los *Dodgers* de los Angeles a su segundo campeonato de la década en 1988. Otras figuras dignas de mencionar son los ganadores del premio “Novato del Año” de la Americana, ambos *short stops,* Cal Ripken Jr. en la Americana en 1982, quien se convertiría en el jugador con más encuentros jugados de manera consecutiva; y el nativo de Venezuela Oswaldo Guillén en 1985, quien con su carisma y empeño fue el alma e inspiración de los Medias Blancas de Chicago por más de una década. A los dos antes mencionados se suma Ozzie Smith, de los Cardenales de San Luis, quien es considerado uno de los mejores “para

corto" de la historia. No podían faltar, los recién exaltados al Salón de la Fama, Paul Molitor y Dennis Eckersley, uno de los mejores bateadores de la historia y pitcher legendario, respectivamente.

Los *Yankees* de Nueva York vivieron el peor momento de su historia a partir de 1982, luego de haber perdido la Serie Mundial de 1981 con los *Dodgers* de Fernando Valenzuela. Durante estos años pocos peloteros *yankees,* son dignos de mención, por ejemplo, Dave Winfield y Don Mattingly, Primera Base del equipo quien en 1987 conectó seis batacazos con las bases llenas estableciendo una marca aún vigente.

Entre 1980 y 1985, los campeones mundiales fueron los siguientes: *Philis* de Philadelphia de 1980 con el Tercera Base Mike Schmidt; los *Dodgers* de 1981 Los Angeles gracias al novato Fernando Valenzuela; los Cardenales de San Luis en el '82 con el acrobático Ozzie Smith; los Orioles de Baltimore del incansable Cal Ripken Jr. en 1983; los Tigres de Detroit en 1984 con Alan Trammel; y en 1985 los Reales de Kansas City con la ayuda del explosivo George Brett.

La segunda mitad de la década de los ochenta se caracterizado por grandes emociones, grandes *pitchers* y muchos jonrones.

En la Serie Mundial de 1986, se vieron las caras los Medias Rojas de Boston con los *Mets* de Nueva York. Los neoyorquinos disfrutarían del único campeonato para su ciudad en los ochenta, esta vez gracias a la franquicia de la Liga Nacional. Boston por su parte, perdió la oportunidad de alzarse con el título por primera vez desde 1918, debido al error del Primera Base Bill Buckner, quien dejó escapar un *rolling* de rutina en la novena entrada del sexto juego con dos *outs*. Con el error anotaría el *catcher* de los *Mets*, Gary Carter, quien ahora es miembro del selecto club del Salón de la Fama. Con esa carrera, los *Mets* igualaron la Serie a tres

encuentro por lado, y obtendrían el campeonato al día siguiente. El error de Buckner es considerado por los mitos del beisbol como expresión de la llamada “Maldición de Babe Ruth” la cual nace del descontento que creo en este jugador su venta a los *Yankees* de Nueva York, por parte de los Medias Rojas de Boston en 1919. Ruth había llevado a Boston al último título de su historia en 1918. Otra anécdota que apoya a quienes creen en la “maldición” es que Bill Buckner fue el jardinero que más cerca estuvo del lugar donde cayó el jonrón con el que Hank Aarón rompió la marca de 714 jonrones impuesta por Babe Ruth.

1987 y 1988 son dos campeonatos que también se definen de manera dramática. En la primera de estas series mundiales, los Mellizos de Minesota derrotan a los Cardenales de San Luis en siete encuentros con la excelente actuación de su *pitcher* abridor Frank Viola. En 1988, los favoritos Atléticos de Oakland liderizados por José Canseco y Mark McGwire, no logran derrotar a los inspirados *Dodgers* de Los Angeles quienes, además de contar con el lanzador Orel Hersheiser tenían en sus filas al “toletero” Kirk Gibson.

En 1989, los Atléticos, el único equipo de la década que repetiría participaciones a la Serie Mundial, entre 1988 y 1990, ganan su tan ansiado título en la llamada “Serie de la Bahía” contra sus vecinos de San Francisco. La serie fue fácil para los *sluggers* de Oakland, ganando la serie en sólo cuatro encuentros. Hasta la naturaleza parece haberlos ayudado ya que durante la realización de uno de los encuentros en San Francisco se produjo el famoso terremoto de ese año. Al año siguiente, los Atléticos recibirían un poco de su propia medicina al ser derrotados en cuatro juegos por los sorprendentes Rojos de Cincinnati, quienes se apoyaron en sus *pitchers* llamados los “*nasty boys”* (los chicos malos), en la Serie Mundial de 1990.

La década de 1990 se caracteriza cuatro situaciones de gran importancia. La primera de ellas es la expansión de franquicias de 1993 cuando, los *Marlins* de Florida y los *Rockies* de Colorado son adicionados a la Liga Nacional, situación que provoca un nuevo reordenamiento de las dos divisiones de cada liga, que se transforman en tres grupos por circuito. Estas nuevas divisiones (Este, Central y Oeste) son válidas desde 1994. Pero tener 3 campeones de división por liga creó la necesidad de resolver la manera cómo se jugaría la pos-temporada. La solución fue la creación del *"wildcard"* o comodín que clasifica al mejor segundo lugar de las divisiones a la siguiente fase ahora llamada "Series de División". La nueva contienda enfrenta a dos pares de clasificados por liga, al mejor de cinco juegos, cuyos ganadores disputan la "Serie de Campeonato" que se define en siete juegos para ganar cuatro al representante de cada circuito a la Serie Mundial.

El nuevo formato cobra importancia por ser un elemento que añade emoción al final de la temporada regular ya que aumenta las posibilidades de mayor número de equipos, en función de obtener un pase a la pos-temporada, agregándole interés y emoción al último mes de temporada regular. En 1998, dos nuevos equipos integran la comunidad de equipos de Grandes Ligas: Los Arizona *Diamond Backs* y las Mantarrayas de Tampa Bay.

Volviendo a 1994, ese año es sombrío para el beisbol debido a la detonación de la segunda huelga de peloteros que afecta una temporada en menos de 20 años. Los fanáticos, por primera vez en la historia, son privados de la Serie Mundial del '94, la temporada 1995 se inicia tarde y sólo se juegan 144 de los 162 encuentros planificados por equipo. Para muchos las disputas entre peloteros hambrientos de mejores salarios, la avaricia de los dueños de equipo que esperaban mayor control sobre el juego y el retiro de los considerados para entonces los últimos "grandes

héroes" Nolan Ryan, George Brett y Cartlon Fisk, serían razones suficientes para declarar que con la huelga, el beisbol tenía sus días contados.

Hubo dos factores que contradijeron la tesis sobre la muerte del beisbol. La primera fue el éxito comercial y emotivo que significó el "*wildcard*" al provocar finales de fotografía durante los meses de agosto y septiembre, que tradicionalmente eran aburridos por el hecho de que pocos equipos tenían oportunidad de clasificar. Y en segundo lugar, el beisbol se encontraría a la puertas de una época de nuevas marcas gestadoras de ídolos hasta el momento poco reconocidos, pero que hoy día lucen a los ojos de la historia como algunos de los más grandes de este deporte: Carl Ripken, Mark McGwire, Sammy Sosa y Barry Bonds.

La campaña de 1996 marcó el 125 aniversario del beisbol de las Grandes Ligas, representó la primera campaña que se jugaría completa en tres años y sería la prueba final para nuevo formato de comodín y pos-temporada. Al finalizar septiembre, y completados 162 encuentros por equipos, la asistencia de fanáticos había superado los 60 millones. Y se vivió un *boom* en el bateo, produciéndose una cifra record de jonrones colectivos en un solo año con 4,962, entre otros marcas de ofensiva colectiva.

Cal Ripken Jr. seguía jugando, quien desde 1995 era el hombre con mayor cantidad de juegos jugados consecutivamente cuando superó a Lou Gehrig el 6 de Septiembre de ese año, con 2131 juegos jugados de manera consecutiva. Mark McGwire conectaría 54 jonrones con los Cardenales de San Luis, dirigido por el que fuese su *manager* en Oakland desde el inicio de su carrera. John Smotlz ganó 24 juegos en la lomita de los Bravos de Atlanta y el para entonces *short stop* de los Marineros de Seattle, Alex "A-Rod" Rodríguez, bateo para promedio de .358.

Por último, la pos-temporada y Serie Mundial es ganada por los *Yankees* de Nueva York por primera vez en 18 años, iniciando una nueva era de triunfos para los del Bronx que se mantiene hasta nuestros días (seis Series Mundiales desde 1996 con cuatro coronas).

Desde entonces, los hechos de mayor trascendencia han sido las fastuosas temporadas protagonizadas por Mark McGwire, Sammy Sosa y Barry Bonds, quienes gracias a sus largos y frecuentes batazos han dejado en el pasado el reinado de Babe Ruth, Roger Maris y Mickey Mantle como los más poderosos de una temporada regular.

En 1998, un año después de que los Marlins de Florida ganaran la Serie Mundial a solo cuatro años de su debut. McGwire y Sosa iniciaron una carrera de cuadrangulares, sólo comparable con la vivida por el beisbol en el año de 1961, cuando Roger Maris superó los 60 jonrones de Ruth en 1927. Todo comenzó cuando los medios de comunicación perciben que para el mes de mayo, McGwire llevaba 24 jonrones lo que hace pensar para el momento que el "toletero" mantenía un ritmo record en las Grandes Ligas. El mes de junio, Sammy Sosa escribe historia al convertirse en el pelotero con más jonrones en un mes con 21. Ambos jugadores superaban los 30 jonrones antes de finalizar la primera mitad de temporada. Este hecho publicitó el desempeño de Sosa y McGwire, y el beisbol vuelve a tomar relevancia en los medios de comunicación de todo el mundo. El 19 de agosto Sosa conecta el jonrón 48 y lidera la categoría por primera vez en el año. Para el "fin de semana del día del trabajador", en los Estados Unidos, el calendario establecía una serie entre San Luis y Cachorros, equipos de McGwire y Sosa respectivamente. La atención estaba sobre los dos toleteros quienes se encontraban a un paso de romper la marca de Maris casi tres semanas antes del fin de la temporada. El 8 de septiembre de 1998, Mark McGwire conecta el jonrón 62 que lo corona como "Rey de Cuadrangulares", en el estadio de su

equipo en San Luis. El nuevo líder de los jonrones pisa el “plato” y dedica su hazaña a la memoria de Roger Maris, señalando con su dedo índice hacia el cielo. Los hijos de Maris se encuentran en el estadio y le entregan a McGwire el bate de su padre. Finalmente Samy Sosa y Mark McGwire se abrazan en señal de deportivismo y admiración mutua.

La carrera por los jonrones de 1998 no termina allí. Cinco días después, Sammy Sosa conecta dos más, empatando a su contrincante con 62. El 25 de Septiembre Sosa llega a 66 liderando la contienda por última vez, ya que Macgwire culminaría la temporada con la astronómica suma de 70 batazos de larga distancia. Sosa quedaría con 66.

La siguiente campaña, Sosa y McGwire culminarían con 63 y 65 jonrones respectivamente lo cual hacía pensar que entre ellos dos existía la posibilidad de establecer una nueva marca en los años porvenir. Pero fue, el actualmente considerado, el mejor bateador de todos los tiempos quien superaría a McGwire como líder indiscutible. Barry Bonds quien nunca había conectado más de 50 estacazos, conectó en el año 2001, la cifra record de 73, para la causa de los Gigantes de San Francisco.

Barry Bonds, no es sólo un pelotero de poder, sus logros se expresan tanto en la producción de carreras por medio de su fuerza, como en la claridad con la que conecta la bola, acumulando altos porcentajes de hits, y demostrando velocidad en sus recorridos por las bases. Bonds, actualmente es miembro del un exclusivo club de jugadores con más de 600 jonrones, junto a Hank Aarón, Babe Ruth y Willie Mays a quien superó como el tercero en el orden, a comienzos de la temporada 2004. Esta es solo una de sus ya difícilmente sintetizables logros, pero sin dudas es el más vistoso.

Mellizos, Toronto, Bravos, *Yankees*, *Marlins*, Arizona y Angelinos se han repartido los campeonatos desde 1991 hasta el 2003. Altísimos salarios se compaginan con un también altísimo nivel de juego. Los estadios están renovados y la cobertura por parte de los medios de comunicación pasa por un momento cumbre. La penetración de Internet mantiene informados a los fanáticos de los más pequeños detalles al instante.

El beisbol se ha reinventado y evolucionado hasta su forma actual. Cada generación reemplaza ídolos y héroes, refrescando las cifras, marcas y *records*. Pero el amor de los fanáticos por el deporte que han hecho suyo desde la tribunas es lo que realmente mantiene vivo al beisbol, un deporte de luchadores colectivos e individuales, inspiradores de las masas. Un deporte que se documenta con cifras, que más que números, son juglares de épocas y de sociedades.

CAPÍTULO II: EL BEISBOL EN VENEZUELA

En el continente suramericano donde el fútbol es el deporte rey, Venezuela parece ser la excepción de la regla. Desde finales del siglo XIX, la presencia del beisbol en el panorama deportivo nacional ha sido dominante, cultivando en sus 109 años de historia peloteros de alto rango y una fanaticada fiel y exigente, unidos por una cultura del deporte que se olvida de color, raza, credo, status e ideologías, para resaltar una sólo sentimiento: la pasión por el beisbol.

La historia del beisbol en Venezuela tiene alma propia. En este capítulo, al igual que el referido al beisbol estadounidense, se muestra como la evolución de este deporte es también una cronología de hombres y anécdotas que enseñan sobre la idiosincrasia de un país y sus hitos históricos.

El beisbol se ha vuelto un factor de gran peso dentro de la de la identidad de la mayoría de los venezolanos, tocando todas las manifestaciones culturales que la conforman. Su arraigo dentro de la acerbo cultural de los ciudadanos se inicia, en gran medida, a dos aspectos importantes: la presencia extranjera dentro de la economía venezolana durante la época castrista y la llegada del beisbol a la Caracas de comienzos de siglo.

En 1895 ambos factores se conjugaron para emprender el camino criollo del juego de las cuatro esquinas que, a pesar de las fluctuaciones políticas y económicas que ha vivido el país, se ha mantenido firme por más de un siglo, haciendo del beisbol un deporte de nuestro pueblo.

El capítulo se divide en dos partes principales, la primera, “La Evolución Histórica del Besibol en Venezuela”, trata de los primeros eventos y circunstancias que popularizan el beisbol en Venezuela. La segunda parte, “La Liga Venezolana de Beisbol Profesional”, es más referencial y presenta un conjunto de hitos y figuras que han hecho del beisbol rentado en nuestro país un modelo de éxito y cantera de estrellas.

2.1. Evolución Histórica del Beisbol en Venezuela

2.1.1. Los Inicios

Rangel (1986, 1996), amante y estudioso del beisbol y actual Director del Diario Últimas Noticias, se ha encargado de adentrarse en los inicios del beisbol, sin poder precisar el año exacto en que se inició la práctica formal de este deporte. De esta manera sugiere tres años tentativos del comienzo del beisbol en Venezuela basado en diversas fuentes primarias:

La primera fecha sería el año 1908, durante el régimen dictatorial de Gómez, momento en el cual se imprimió un folleto con las reglas oficiales del beisbol. Fue Gumersindo Rivas, director del diario del gobierno “El Constitucional” y gran amante del beisbol, quien dio la orden de editarlo e imprimirlo en la Imprenta Nacional, la cual también dirigía. (Díaz Rangel, 1996)

La parte introductoria de este folleto, cuya importancia reside en que fue la primera vez que se tradujeron y editaron las reglas del beisbol

en Venezuela, estuvo en manos de Gustavo Franklin quien escribió una breve *Historia del Baseball en Caracas*.

Dentro de esta parte introductoria del folleto, Franklin menciona el año de 1893 como preliminar del beisbol en el territorio venezolano:

> El juego del Base-Ball fue introducido en Venezuela en el año de 1893 (…) teniendo lugar los primeros ensayos en la sabana de Catia. Grandes dificultades encontraron estos señores para implantar el juego, pues el pueblo, ignorante de toda idea de sport, hostilizaba las prácticas con repetidos avances de piedras, para más tarde tener la satisfacción dichos jóvenes de tener entre los amantes de este deporte, muchos de sus antiguos enemigos. (Franklin citado por Díaz Rangel, 1996: 82)

En segundo término, Díaz Rangel (1996) también hace referencia a una carta publicada en *El Nuevo Diario* el 22 de abril de 1915:

> (…) Creo la oportunidad de comunicarle a usted que mañana 23 de abril se cumplen 23 años que se tiró la primera bola de Base Ball en Caracas; hoy de los jugadores que introdujeron dicho juego existen solamente tres, los señores Emilio Franklin, Manuel González Godoy y Adolfo Inchausti. (Andrade, 1915 citado por Díaz Rangel, 1996: 83)

Esta carta, dirigida al cronista deportivo del diario, propone como fecha en la cual se jugó por primera vez el beisbol en Caracas el 23 de abril de 1892, un año antes al que plantea Gustavo Franklin en su *Historia del Baseball en Caracas.*

Por último, la tercera tentativa data de los primeros partidos a 1894, cuando los ingleses que explotaban las minas de Aroa, Edo. Yaracuy, jugaban a la pelota, conocida entonces como *batting-ball*. Aunque este

juego no logró extenderse, nació una derivación del deporte conocida como “la rondada”, que se propagó a diversas regiones del país. (Díaz Rangel, 1986)

Es curioso el hecho de que el periodismo de aquel entonces no se preocupara por registrar los primeros pasos del beisbol venezolano, que poco a poco se convertiría en el deporte central de Venezuela. Actualmente muchos autores, al igual que Díaz Rangel, a pesar de no saber cual es la fecha exacta en que se jugó por primera vez éste deporte en Venezuela, concuerdan en la importancia del Ferrocarril Central para la historia del beisbol venezolano.

2.1.2. Un Punto de Partida: El Ferrocarril Central en Caracas

Sea cual sea la verdadera fecha en que se utilizó por primera vez una pelota, un guante y un bate para jugar este fascinante deporte conocido como beisbol en nuestro territorio, se puede establecer el año de 1895 como el año de la formalización del deporte.

En aquella época, los deportes practicados y ya firmemente arraigados en el país eran las bolas criollas, las carreras de caballos y las coleadas de toros; los cuales eran poco apreciados en la capital, donde se conoce la práctica de la esgrima, el atletismo, el tenis y el críquet, gracias a la presencia extranjera en Caracas. (Malpica, 1995)

Debido a esa presencia foránea, específicamente la de los ingleses y cubanos y la visitas de estudiantes caraqueños residentes en Estados Unidos es que Caracas conoce el novel Beisbol, que llega a gozar un auge explosivo en la ciudad.

El primer antecedente de importancia es que la estación principal del Ferrocarril Central, de propiedad inglesa, se levantaba en Quebrada Honda. Los ingleses, como buenos colonizadores, trajeron consigo sus juegos y costumbres, por lo que en los alrededores de la estación construyeron una cancha de críquet y una de tenis. (Díaz Rangel, 1986).

Una vez construidos los dos campos, los muchachos caraqueños, además de bañarse en los ríos crecidos y cazar pájaros, jugaban también a la rondada, así, atraídos por los nuevos espacios deportivos extranjeros, aprovecharon los terrenos limpios, cómodos y bien cuidados de los ingleses para practicar sus propios juegos. (Malpica, 1995)

Estos muchachos “importunaban frecuentemente a los rubios jugadores de tenis” (Díaz Rangel, 1986: 21). Por lo cual Mr. Cherry, administrador del Ferrocarril Central , no soportó las intromisiones de los muchachos de la capital. Decidió entonces, buscando ahorrar futuros malos momentos, cederles un terreno anexo que quedaba más arriba de la cancha de tenis, la que más tarde fue cubierta por adobes. (Malpica, 1995) Nacía así el primer estadio de Venezuela: El Stand del Este.

Junto a este acontecimiento el cual le dio un terreno a la ciudad capitalina, sucedieron dos hechos que darían cabida a la práctica del beisbol entre los caraqueños: la llegada de inmigrantes cubanos fundadores de una tabacalera y la afición de estudiantes venezolanos, residentes en Estados Unidos, al beisbol.

En primer término llega a Caracas un grupo de cubanos que posteriormente fundarían la compañía de cigarros llamada *América,* situado por los lados del Capitolio. Como buenos cubanos al fin y grandes aficionado del beisbol, entre sus equipajes y baúles trajeron todos los implementos necesarios para practicar dicho deporte. (Malpica, 1995).

A los cubanos recién llegados, se les unían muchos venezolanos que habían tenido la suerte de estudiar en Estados Unidos y Europa quines regresaban a sus hogares a disfrutar de sus vacaciones.

Los cubanos al saber que a estos jóvenes venezolanos les gustaba el beisbol se sintieron muy interesados en entablar una relación. Ya unidos por un fin -la práctica del deporte- se enfilaron juntos al Stand del Este que les había preparado Mr. Cherry. (Malpica, 1995).

Así, en Quebrada Honda, se comenzó a jugar el beisbol, desconocido por la mayoría de los caraqueños. A pesar de la falta de conocimiento del apenas llegado deporte, un grupo de espectadores que crecía rápidamente se reunía a ver los juegos de aquellos que llamaron "patíquines", por los zapatos tan extraños que utilizaban. Poco a poco comenzaron a entender este nuevo deporte, que pronto se convertiría en el pasatiempo favorito de los caraqueños. (González, 2003).

Díaz Rangel (1996) explica claramente el interés que llegan a tener los caraqueños ante el descubrimiento del beisbol:

> Ni las carreras de caballos del moderno hipódromo de Sabana Grande, cuyas primeras imágenes pintaba Arturo Michelena en su taller de la esquina de Urapal, en ese mismo mes de agosto, ni el kinetoscopio, recién inaugurado en la Francia, ni la compañía de variedades del Teatro Caracas, le quitaban público ni interés a esta nueva distracción, cuyos juegos se celebraban semanalmente. (p. 84-85)

Gracias a el amistoso y a la vez favorable ambiente que goza el beisbol entre los caraqueños, se crea el primer equipo de beisbol de la ciudad: El "Caracas Base Ball Club".

2.1.3. Fundación del Caracas Base Ball Club

Aquellos entusiastas muchachos del Stand del Este llegan a fundar el primer equipo de beisbol, el “Caracas Base Ball Club”, entre los que se encontraba Alfredo Mosquera, hijo del propietario de “Cerveza Nacional”. Hecho que abre camino a la estrecha relación entre la cerveza y el beisbol en el país.

El primer partido del equipo se jugó el 23 de mayo de 1895, cuando el Caracas Base Ball Club se enfrentó a sí mismo, diferenciándose con el color de los uniformes: los Azules y los Rojos. Este partido terminó con un *score* de 29-19 a favor de los Azules. (González, 2003)

Mas allá de los resultados, la verdadera ganancia de este primer partido fue en espectadores. Según González (2003) la audiencia llegó a ser alrededor de dos mil personas. Así el beisbol se convierte en el pasatiempo dominical favorito de los caraqueños, quienes se reunían en el Stand del Este a ver a el único equipo jugar contra sí mismo.

> La euforia que había adquirido dicho pasatiempo en la capital, la cual no pasaba de 60 mil habitantes según el censo de ese año, era muy alta, así como también el interés inusitado y por ende en incremento cada día mayor de muchachos que querían jugar beisbol. (Malpica, 1995: 34)

Ya para 1896 la popularidad se había difundido a nivel nacional. El Caracas Base Ball Club al fin tendría equipos con los cuales enfrentarse.

En septiembre de ese mismo año nace el “Carabobo Base Ball Club”, que se apoderó de unos terrenos cerca de Plaza La Candelaria de Valencia. En Coro se fundó el “Coro Base Ball Club”. En noviembre Maracaibo tendría su propio equipo, el “Maracaibo Base Ball Club”,

gracias al maracucho Juan Besson, recién llegado de EE. UU. (González, 2003)

Incluso dentro de la capital el beisbol creció y llegó a practicarse en todos los rincones de Caracas. Ya se habían reunido jugadores en Sabana del Blanco, San Juan y, de vital importancia, en La Pastora, de donde saldría la primera estrella del béisbol venezolana: Emérito Argudín. (Malpica, 1995)

Además de ser un impresionante jugador, Emérito Argudín, abrió camino como el primer técnico de Venezuela, enseñando prácticas desconocidas como el toque de pelota y el lanzamiento de curvas; fundó el primer periódico de beisbol de Venezuela: El semanario Base Ball, en 1902; y por último González (2003) llama la atención sobre el hecho de que tradujo las reglas del beisbol al español, que se podían adquirir por la elevada suma de un real.

A pesar de que en el país se contaba con varios clubes de beisbol, no será sino por un evento accidental que se realizó en Venezuela el primer partido internacional.

2.1.4. El Primer Partido Internacional

En 1902 un acontecimiento que trastornó la vida nacional contribuye de manera indirecta a la realización del primer partido internacional. El buque Marietta atracó en el puerto de La Guaira, defendiendo su doctrina Monroe.

Este buque lucía entre sus armamentos un equipo de beisbol. De esta forma, se acordó jugar dos partidos entre Caracas BBC y el equipo

marino, que se realizaron en el campo del Bolívar BBC, ubicado en el puerto de La Guaira, donde los “jonrones” caían en el Mar Caribe.

Emérito Argudín se destacó enormemente conectando cuatro jonrones en los dos partidos. Ambos equipos tuvieron una ganancia por cabeza, quedando igualada la pequeña serie.

A partir de ese momento se incrementó la fiebre del beisbol en el departamento de Vargas, razón por la cual se crearon varios equipos después del histórico encontronazo: Macuto, Maiquetía, La Guaira y Naiguatá. (Malpica, 1995)

Otros contagiados con la fiebre del beisbol fue la clase alta de Caracas, llegando a tal punto que la potentada familia Vollmer Boulton estableció un polideportivo en su “Hacienda San Bernardino”, donde se practicaban varios deportes entro los cuales el que más apasionaba a los jóvenes elegantes era el beisbol.

Gracias a las prácticas de estos jóvenes pudientes, para finales de 1903 se fundó el San Bernardino BBC, que vendría a ser el mismo Caracas Base Ball Club, que adoptó el nombre que llevaba la hacienda donde quedaba su nuevo *home club*. Fue tanta la afluencia de jugadores al San Bernardino que su Gerente General, aprovechando la experiencia del Caracas Base Ball Club, resolvió dividirlos en tres ligas: Blanco, Rojo y Azul.

Es curioso el hecho de que ningún equipo escogiera el amarillo como color representante de su escudo. Como expresa Díaz Rangel (1986), esto tiene su explicación en la situación socio-política de Venezuela en aquellos tiempos.

> El amarillo era el color de los federales o liberales, años atrás había sido el color de las banderas de Ezequiel Zamora, y el beisbol venezolano, aunque parezca mentira, empezó a ser godo, practicado por la godarría y dirigido por los godos. (Díaz Rangel,, 1986: 30)

Es la elite caraqueña quien impulsa el beisbol, lo mantiene y se entretiene con él.

Con los mejores jugadores incorporados en sus líneas, durante años el San Bernardino BBC no tuvo rival. Pero en 1907, un pequeño y modesto equipo de La Guaira, el Vargas BBC, le propinó su primera derrota; aunque muchos cuentan que ganaron "con ayuda" de ciertas personas de peso en el ámbito socio-político:

> Cuenta la leyenda que la intervención de Doña Zoila de Castro fue decisiva en lo que debió ser la única victoria del Vargas sobre El San Bernardino BBC. Se dice que ella pediría al umpire principal, Gustavo Franklin, que permitiera o favoreciera el triunfo de los guaireños. Aunque Franklin siempre lo negó, lo cierto es que según la tradición, por un natural temor a la Rotunda si desatendía el capricho de Doña Zoila, algunas sentencias suyas fueron decisivas para que ganara el Vargas. (Díaz Rangel, 1986: 31)

Es aquí cuando nace la primera rivalidad de nuestro beisbol. Una competencia totalmente desbordante entre el San Bernardino BBC y el Vargas BBC, cuyos encuentros eran cada vez más frecuentes y traían gran emoción a la fanaticada de ambos bandos. Pero esta situación no duraría mucho debido a que ambos equipos, pioneros del deporte entre 1908 y 1912, tendrían una vida muy corta.

Por un lado el Vargas BBC comenzó a tener roces en su seno, hasta el punto que quedó disuelto en el año 1912. Por el otro, en el mismo año el San Bernardino BBC llegó a extralimitarse en su comportamiento:

> Más que un club de beisbol parecía un club social, donde se festejaba a lo grande con invitaciones a importantes personajes de la época. En una oportunidad omitieron pasarle una invitación a Gustavo Vollmer, dueño de la hacienda, y al llegar éste a la puerta no le permitieron la entrada. (Malpica, 1995: 43)

Este hecho produjo que no se llevaran a cabo más juegos y, por lo tanto, conllevó a la muerte del San Bernardino BBC.

Pero esta no sería la única competencia conocida en Caracas. Para 1908 surge una nueva rivalidad, pero en el ámbito político. Mientras el presidente Cipriano Castro viaja a Alemania por motivos de salud, el general Juan Vicente Gómez toma el poder por un golpe de Estado.

Para 1910 surgieron varios equipos con nombres alusivos a la nueva situación socio-política: Ricaurte, Paéz, Vuelvan Caras, Santa Marta, Mariño y Girardot, entre otros.

Pronto estallaría la crisis que terminaría en la dictadura gomecista en 1913.

2.1.5. Del Campo de Batalla al Campo de Beisbol

Del amor al beisbol y del odio a Gómez, nació en 1914 en los terrenos de Nicomedes Zuloaga, muy cerca de la casa de la familia Boulton en El Paraíso, el equipo de “Los Samanes”, que debían su

nombre a los árboles del mismo nombre que rodeaban el parque del Paraíso. Malpica (1995) describe este nuevo grupo de jugadores: “La mayoría de estos muchachos eran los *niños – bien* de entonces, no por esto quiero decir que no tenían envergadura y valor para jugar a la pelota.” (p. 43)

Por otro lado, aunque el General Gómez prefería las corridas de toros, sus hijos preferían el beisbol. Gracias a este interés José Vicente y Alí Gómez se unieron con un socio de su padre, Manuel Corao, para fundar el equipo “Independencia”. (González, 2003)

El Independencia nace en 1915, llegando a convertirse en los ídolos del pueblo y los rivales más empedernidos de Los Samanes. Este club contaba con la presencia de Jesús Corao, hijo de Manuel Corao, quien no disfrutaba que su hijo practicara el deporte de las cuatro esquinas.

Asimismo, el descontento hacia Los Samanes lo convirtió en poco tiempo en un equipo odiado gran cantidad de caraqueños. La rivalidad con el equipo de los hijos de Gómez ocupó atención central. Lo que llevarías al equipo Los Samanes a representar la viva idea antigomecista, por lo que varios descontentos con el régimen comenzaron a unirse a las filas del equipo.

Uno de los miembros de oposición al régimen fue Jesús Corao, quien se rebeló contra el régimen que apoyaba su padre y decidió jugar en las filas de Los Samanes. Tiempo después, su padre lo obligaría a retornar al equipo Independencia.

Por otro lado, el tercera base del equipo, Gustavo Machado, posteriormente sería fundador del Partido Comunista de Venezuela. (González, 2003).

Para 1918 los dos equipos se citaron para el duelo final. Terminaría en el doceavo *inning* a favor del Independencia. Irónicamente, sería un batazo de Jesús Corao que sellaría la victoria para el equipo gomecista. Según González (2003), como resultado al encuentro Nicomedes Zuloaga reunió a los jugadores de Los Samanes y les dijo que no podían seguir jugando en su terreno porque "esto tomó un cariz político y no me conviene".

El beisbol estaba tomando vuelo. En 1916 habían más de cien equipos a nivel nacional y circulaban la primeras "barajitas" de beisbol. En 1918 se funda el Magallanes (Díaz Rangel, 1996), en un botiquín llamado *Back Stop,* donde un grupo de entusiastas del beisbol decidieron formar un equipo que hundiera como barcos de papel a sus oponentes.

Pero el deporte seguía siendo rudimentario: los *pitchers* lanzaban todo el juego, los guantes apenas cubrían las manos, los uniformes eran holgados y acolchados y apenas se conocían los *spikes* o ganchos para los zapatos. Pero lo importante era que se seguía jugando y la gente lo seguía viendo.

2.1.6. Crecimiento a Nivel Técnico

La visita de los equipos puertorriqueños *Borinquen Stars* y *Fisk Cord* entre los años 1918 y 1919 aportaría mucho al beisbol venezolano, sobre todo en lo técnico:

> Las condiciones físicas de los jugadores era el elemento más importante hasta que a finales de 1918, llegó al país el famoso equipo puertorriqueño Borinquen Star. Entonces, según aceptan los entendidos, tuvo sus inicios el verdadero progreso de este deporte puesto que se comienzan a conocer las técnicas del avance de dos bases, la mascota, (…) juego mediante señas, el toque de la pelota, el bateador emergente, los zapatos con ganchos llamados *spikes* y el manager para dirigir el juego y no el pitcher, o el hombre más guapo sobre el terreno, como se practicaba en la Venezuela de entonces. (Antero Núñez & Méndez, 1992: 35)

Un equipo guaireño tomó palco central en el ámbito beisbolístico, y lo dominó durante la primera parte de los años veinte. El equipo, considerado campeón de Venezuela, se llamaba “Santa Marta” y fue creado en 1918. Su importancia reside en ser los responsables de haberle propinado la única derrota al equipo *Borinquen* durante su estadía en Venezuela. (Díaz Rangel, 1996)

También nacía el “Royal Criollos”, club insignia del beisbol venezolano, cuando a un grupo de jóvenes jugadores de la pelota se les ocurrió escribirle una carta a la compañía Royal, la cual hacía máquinas de escribir, donde hacían constar que sí los ayudaban con los útiles del juego, le pondrían al equipo el nombre de la empresa. (Malpica, 1995)

Estos dos equipos, Royal Criollos y Santa Marta, muy populares dentro de la fanaticada, entraron en una de las rivalidades más intensas de la historia, aunque muy efímera, debido al entorno político.

Para 1920, el ya deporte favorito de los venezolanos para González (2003) sufre un paréntesis de gran significación. Como consecuencia de la turbulenta situación que enfrentaba el gobierno dictatorial de Gómez, el beisbol fue relegado a segundo plano.

No será hasta 1924, cuando el país vuelve a una relativa calma, que se comenzó a jugar nuevamente la pelota y se comienzan a dar los primeros pasos para organizar institucionalmente el deporte.

2.1.7. La Institucionalización del Deporte

En octubre de 1926 Carlos Márquez Mármol, Juan Jones Parra y Jesús Corao, entre otros, constituyeron la "Asociación Nacional de Beisbol", primera entidad de beisbol organizado que existió en el país que tuvo las claras intenciones de coordinar la esta actividad. Pero una serie de divergencias entre los hijos de Gómez y algunos dirigentes de la "*ANB*", que no estaban de acuerdo con el "mercantilismo deportivo" , provocó que, a principios de 1927, la junta directiva renunciará en pleno.

Fue entonces, por iniciativa de los hijos de Gómez y del cubano Edgar José del Valle, que se creo en la capital la "Liga Nacional de Beisbol" con el objetivo de organizar los campeonatos de pelota *amateur* y de primera categoría que se efectuarían en el Stand Nacional, un estadio al norte del antiguo Stand del Este.

La Liga Nacional de Beisbol contribuyó a que la práctica de este deporte se incrementara notablemente en el país, sobre todo en Caracas y en el Estado Aragua, donde residía la familia Gómez, quienes organizaron un equipo con el nombre de "Maracay". Este equipo lentamente fue convirtiéndose en una novena triunfadora, bajo el mando del puertorriqueño Santiago Torres "Péniman".

En ese mismo año de 1927, mismo año también se conoció al equipo 29 de Julio Militar Club, bajo el auspicio de Juan Vicente Gómez hijo.

En medio de las grandes expectativas creadas por la organización del beisbol criollo, Antonio Benítez decide revivir el Magallanes, que había desaparecido el mismo año de su creación en 1918.

> El 1 de julio de 1927 se anuncia públicamente que el 'Magallanes Base Ball Club' ha quedado reorganizado nuevamente. (…) La oficina del equipo la trasladaron de su antigua cede, ubicada en el botiquín Back Stop, para un local situado frente la Laguna, denominado 'Bar La Luna de Catia'. A partir de entonces la novena magallanera luciría en sus uniformes, a manera de emblema, una 'Media Luna'. Cosas de borracho, diría años más tarde uno de sus integrantes. (González, 2003)

Por la necesidad de tener un ente que se encargara de la organización de los torneos de pelota, se creó la Federación Venezolana de Beisbol (FVB), que organizó en agosto de 1927 el primer torneo amateur de beisbol en Venezuela. En él participaron 26 equipos y se jugó entre el 14 de agosto y el 13 de noviembre, donde quedaron campeones de manera invicta el equipo San Martín.

Entre el 18 de diciembre y el primero de enero de 1928 de jugó el primer campeonato de Primera División o Serie Nacional, donde intervinieron cuatro equipos: Royal, de Caracas; Maracay, del Edo. Aragua; Santa Marta, de La Guaira; y 29 de Julio Militar. El torneo se caracterizó por ser bastante parejo, saliendo victoriosos el 29 de Julio Militar Club, luego de jugar un partido de desempate con el Maracay. El escándalo en los cuarteles por el triunfo de los militares llega a parecer un alzamiento desde lejos. (González, 2003).

Ambos campeonatos, el torneo amateur de beisbol en Venezuela y el primer campeonato de Primera División, incrementaron

considerablemente la afición por el juego de pelota, convirtiéndolo en el deporte de las mayorías. El auge que había tomado este deporte en la capital motivó a ciertos empresarios a participar no sólo en la organización de un nuevo campeonato, sino también en la construcción de un estadio mas cómodo y con mayor capacidad.

El industrial y promotor Santiago Alfonzo Rivas decidió construir un "gran estadio" en San Agustín, muy cerca de sus fábricas de Maizina Americana. La obra se inició en junio de 1927 y se concluyó en enero de 1928, con un costo total de 250.000 bolívares.

El Estadio San Agustín abrió sus puertas el 29 de enero de 1928, luego de retrasar su inauguración por motivo de las lluvias. Ese día se enfrentaron el equipo norteamericano *Crisfield Crabers* y el Santa Marta de La Guaira, saliendo victorioso el equipo guaireño con *score* de 3-1.

En febrero de 1928, dos semanas después de la inauguración del estadio, una serie de acontecimientos políticos paralizaron todas las actividades deportivas del país.

A principios de 1929 los venezolanos se refugiaron en el deporte pávidos por la aguda represión del gomecismo, por lo que se incrementó en todo el país la práctica de diversos deportes, entre los cuales se encontraba el beisbol.

En este ambiente se vio nacer a uno de los equipos más populares de la pelota criolla: "los Gavilanes de Maracaibo". A la par de este evento se creó en Caracas la más grande rivalidad Beisbolística, entre Royales y Magallanes, que en 1942 se convertiría en la más famosa rivalidad de la historia contemporánea del país: Caracas – Magallanes.

Poco a poco comenzó a organizarse el beisbol en el interior del país y aparecieron la “Comisión Zuliana de Base Ball” y “la Asociación de Base Ball del Estado Lara”, entes claves en el desarrollo del beisbol en estas regiones. En 1930, la Federación Venezolana de Beisbol cambió su nombre a la “Asociación Venezolana de Beisbol”, designando una nueva directiva precedida por Carlos Reverón.

Hasta 1945 se jugó un beisbol de “altos quilates” en Caracas, Maracaibo y Barquisimeto con una espiritualidad y una pasión que convirtió este período en los años místicos del beisbol, donde cada batazo y lanzamiento llevaba el amor que cada pelotero sentía por su insignia. (Gonzalez, 2003).

Durante ésta importante época del beisbol venezolano, se vio nacer un nuevo ídolo de la fanaticada: un caraqueño de 19 años que vestía el uniforme de los Royals Criollos llamado Miguel Carrasquel, conocido como Alejandro “Patón” Carrasquel en el medio beisbolístico, gracias al periodista colombiano Luis Hernández Maldonado, quien comenzó a llamarlo por su segundo nombre y por el mote de “Patas Largas”, aludiendo al tamaño de las piernas del *pitcher* derecho, además de la talla 45 de su calzado.

Otro hecho importante en éste momento místico, fue la primera transmisión por radio de un juego de beisbol en Venezuela, el 26 de abril de 1931. “La Broadcasting Caracas”, hoy en día Radio Caracas Radio, narró las incidencias del juego inaugural de la temporada entre Royals Criollos y Magallanes. La narración estuvo a cargo de Esteban Ballesté, el cual transmitía desde una improvisada cabina instalada en la parte baja de la tribuna. “La transmisión radial no solo contribuyó a la difusión del beisbol, sino que se convirtió en un lucrativo negocio tanto para propietarios de emisoras y equipos, como para los ‘spikers’ ” (González,

2003, p. 43) , convirtiéndose así el beisbol en oportunidad para locutores, empresarios y los mismos jugadores que comenzaron a percibir sueldos significativos. El primer contrato lo firmó Balbino Inojosa con los Royals Criollos, club que le cancelaban al lanzador carabobeño la cantidad de 1.500 bolívares por temporada.

El incremento en la contratación de los peloteros trajo consigo, naturalmente, alzas en el costo de las entradas y en el pago de publicidad, así como descalabros financieros de los equipos, sobre todo en 1932 a causa de la crisis económica mundial que estalló en 1929 con el quiebre de la bolsa de Nueva York. La primera víctima de la crisis fue Magallanes, quienes tuvieron que cerrar el equipo en 1933.

En 1932 el estadio San Agustín era el lugar preferido de reunión de los caraqueños. Todos los domingos se podía disfrutar del beisbol y el espectáculo que lo rodeaba, desde los vendedores de “pool” hasta las más animadas orquestas musicales que interpretaban joropos, valses, merengues y pasodobles dedicados al Magallanes y a los Royals Criollos, de acuerdo a los lados de la tribuna. Con este ambiente nacía la costumbre que todavía se vive en el estadio universitario de Caracas: en la tribuna del lado izquierdo los “caraquistas” y en la del lado derecho los “magallaneros”.

En esta época el nivel al que llegó la pelota local era excelente. El beisbol de primera categoría dejó de ser exclusivo para la capital y se comenzó a jugar beisbol a nivel profesional en el interior, donde surgían grandes rivalidades como Gavilanes y Pastora en Maracaibo, o Japón y América en Barquisimeto.

Luego, en 1934 el beisbol se unió al boxeo, al ciclismo y atletismo en la lista de los principales pasatiempos de los venezolanos. Este auge

de la pelota se debe en mucho a los periodistas deportivos, quienes se preocupaban por informar al público a diario sobre el desarrollo de los eventos más importantes y en colaborar activamente en la organización de los eventos deportivos. El 25 de Marzo de este mismo año se conformó la primera “Asociación de Cronistas de Venezuela” (ACD), que se encargó de coordinar y estimular la realización de numerosos eventos deportivos entre ellos la “Semana Olímpica” u “Olimpíadas Nacionales”. Durante ese evento, la ACD puso de moda el lema “HACER DEPORTE ES HACER PATRIA”, frase que alcanzaría gran popularidad en el país.

En 1935 nacía un nueva estrella que se convertiría en uno de los peloteros venezolanos mas resaltantes de todos los tiempos. Debutó en el beisbol de Primera División un joven de 17 años de Río Chico, Estado Miranda. Su nombre era Vidal López, quien se alternaba como *outfielder* y *pitcher*, y fue una de las luminarias del beisbol con grandes éxitos tanto en la pelota nacional y extranjera, sobre todo en México.

La noche del 17 de diciembre de 1935 una noticia se regó como pólvora en todos los rincones del país, había muerto el Benemérito Juan Vicente Gómez y junto con él, morían los Royals Criollos, quienes contaban con el apoyo económico del Gobierno. Así pues, desaparecían dos grades emblemas de la Venezuela de principios de siglo: Gómez y los Royals Criollos.

La muerte de Gómez paralizó al beisbol capitalino. Muchos de los jugadores se dispersaron y se trasladaron a Barquisimeto, reforzando la trilogía que competían regularmente: el Japón, América y Ayarí. Otros, en cambio, se marcharon a jugar pelota en Colombia e islas del Caribe.

Aún así, el beisbol volvió rápidamente en el primer semestre de 1936, luego de que Eleazar Lopez Contreras, sucesor de Gómez en el

poder, controlara la turbulencia política y social que se había desatado en Caracas.

2.1.8. El Triunfo Internacional

En 1939 se produjo uno de los acontecimientos más trascendentales del beisbol venezolano: el estreno de Alejandro "Patón" Carrasquel en las Grandes Ligas. Además de ser el primer venezolano en jugar en la gran carpa, es el primero en llegar sin pasar por las Ligas Menores. El hecho resulta de especial interés ya que inspira a los jugadores criollos quienes dejan de ver al beisbol como un medio de alcanzar el reconocimiento local y comienzan a pensar en sus oportunidades de alcanzar la gloria en las Grandes Ligas.

Luego de dos años, tras de la etapa de institucionalización del deporte en el país, la calidad del beisbol venezolano quedó consagrada en el año 1941, cuando la selección nacional triunfó en la IV Serie Mundial de Beisbol Amateur, disputada en Cuba. Esto le dio el impulso definitivo al desarrollo del beisbol en Venezuela. Se iniciaba una nueva era para la comunidad del beisbol.

El triunfo en Habana provocó que numerosos empresarios comenzaran a ver al beisbol como un vehículo publicitario de primer orden y, por supuesto, como un gran negocio. Es así como comenzó el patrocinio de los equipos en Venezuela.

Pocos meses después de la victoria en Cuba, Martín Tovar Lange, dueño de la cervecería más importante del país, Cervecería Caracas, decidió convertir el equipo amateur "Princesa", fundado por Jesús Corao en Maiquetía en 1938, en un equipo de primera división. Así nacía el

“Cervecería Caracas”, que tuvo en su línea inicial a la mayoría de los jugadores que integraban la selección que quedo campeón en Cuba. Para Tovar Lange, que el equipo llevara el nombre de la cervecería significaba una gran publicidad, además de proporcionarle a su equipo muy buenos dividendos económicos. Se tomó como sede el parque San Agustín en 1942. Con el nacimiento de este equipo vuelve a revivir en los fanáticos una vieja rivalidad: Caracas y Magallanes. De esta forma se comprueba que a pesar de los cambios en los equipos venezolanos, las rivalidades siguieron residiendo en la mente de los fanáticos, los cuales continuaban teniendo lealtad hacia su equipo favorito.

2.2. Liga Venezolana de Beisbol Profesional

El título mundial logrado por el equipo venezolano en La Habana en 1941 aumentó de manera colosal la popularidad del beisbol en Venezuela. Es por ello que el próximo paso sería pasar este deporte de un simple pasatiempo a un negocio rentable, por lo que los dueños de los equipos Cervecería Caracas, Magallanes, Vargas y Venezuela se reunieron para crear la “Liga Venezolana de Beisbol Profesional”. (Álvarez, 2004).

A continuación sigue una recopilación de momentos históricos y breves reseñas sobre los hombres que han convertido a Venezuela en una de las grandes potencias en el mundo, y al menos, la tercera potencia del continente, tras las Grandes Ligas y el beisbol dominicano.

2.2.1. Nacimiento de la Liga

En diciembre de 1945, Juan Antonio Yánez, Carlos Lavaud, Luis Pimentel y Juan Reggeti, reunidos en los altos del cine Capitol, crearon la primera liga profesional venezolana que se encargaría de organizar los torneos de beisbol rentado.

Más tarde, en mayo de 1946, otro grupo de entusiastas del juego de la pelota se reunieron en Maracaibo para dedicarse al negocio de la pelota en esa región. La "Liga Zuliana de Beisbol Profesional" iniciaría sus actividades en junio de ese mismo año con los equipos Centauros, Gavilanes, Pastora y Racing. (González, 2003).

Según Acosta (1996) Magallanes y Venezuela llevaron a cabo el primer encuentro el 12 de Enero de 1946. El triunfo se lo llevaría el Magallanes con un *score* de cinco carreras a dos, en el estadio "Cervecería Caracas", antiguo estadio San Agustin. Más adelante agrega que las disposiciones de la liga para esa primera temporada de 1946 señalaban la realización de tres juegos diarios hasta la instalación de luz eléctrica, momento para el cual se proyectaba un encuentro más en la noche.

Todos los equipos contaban con jugadores extranjeros entre sus líneas, con la excepción de Cervecería Caracas que estaba conformado por "puros" criollos, tradición heredada de los Royals Criollos que le haría ganar la simpatía de la mayoría de sus aficionados.

Este primer campeonato se lo llevó el equipo Vargas, que contaba con varios importados de la liga negra estadounidense, lo que repetiría al siguiente año. Los siguientes cinco campeonatos fueron divididos entre Caracas (1947-1948; 1948-1949; 1951-1952) y Magallanes (1949-1950;

1950-1951), hecho que alimentó la rivalidad entre estas dos franquicias. (González, 2003).

Con la naciente Liga Venezolana de Beisbol Profesional, los fanáticos no sólo gozarían de interesantes partidos sino que se empezaría a percibir el sentimiento de orgullo y el enaltecer de la figura de aquellos jugadores que, gracias a sus aptitudes, llegarían a formar parte de la llamada Gran Carpa. El primero fue Alfonso “Chico” Carrasquel.

2.2.2. El Chico

Una fecha inolvidable para los amantes del beisbol venezolano sería el 17 de enero de 1946, fecha del debut de Alfonso “Chico” Carrasquel en las filas de Cervecería Caracas, con sólo 17 años de edad. Se iniciaba así una de las carreras mas gloriosas de pelotero alguno venezolano:

> El *Chico* fue el tercer criollo que jugó en las Grandes ligas y el primero que alcanzó la categoría de *estrella* en ese beisbol. También fue el primer latino que participó en un Juego de estrellas en laS Mayores y el primer venezolano cuyo rostro apareció en las barajitas de afamadas compañías norteamericanas especializadas en el ramo. Por si fuera poco, Carrasquelito inició en los años 50 la tradición de *short stops* nativos en la Gran Carpa que tanta fama le han dado a Venezuela y que posteriormente continuaron Luis Aparicio, David Concepción, Enzo Hernández, Oswaldo Guillén, Álvaro Espinoza y Omar Vizquel, entre otros (González, 2003: 80)

En la gran carpa el “Chico” jugó con las Medias Blancas de Chicago, donde fue conocido como el fantasma de la calle 35, en alusión

a sus espectaculares atrapadas en el campo corto en el estadio ubicado en la calle 35 de la llamada “ciudad de los vientos”.

Con respecto a su experiencia dentro de la liga criolla se puede destacar que jugó durante 21 años en diversos equipos: Cervecería Caracas, Leones de Caracas, Pampero, Oriente, Orientales Magallanes y Tigres de Aragua. En 1982 llevó a los Leones de Caracas a la conquista de la Serie de Caribe, convirtiéndose en el primer manager venezolano que gana este evento.

2.2.3. Los Yankees en Venezuela

Para la segunda mitad de la década de los cuarenta, el beisbol venezolano ya era reconocido como uno de los más vibrantes del mundo. Prueba de ello es la inclusión de nuestro territorio en la gira que los *Yankees de Nueva York* realizaron en 1947 por el Caribe. Este es otro acontecimiento histórico en el ámbito pelotero venezolano: los *Yankees* jugarían con los equipos profesionales que disputaban el campeonato 1946-1947. Aunque venían sin su máxima estrella, Joe DiMaggio, se formaron largas colas fuera del estadio Cervecería Caracas para ver a las grandes estrellas neoyorquinas. (Salas, 1985)

A pesar de que los *Yankees* se impusieron frente al Cervecería, Magallanes, y Venezuela, con Vargas sería diferente. En un noveno *inning* inolvidable, el Vargas que iba perdiendo por una carrera, se remontó para ganarle al equipo neoyorquino. El público se lanzó al terreno, sacando a hombros a los grandes héroes. De esta manera, seis años más tarde de la hazaña de Cuba, en el Campeonato Mundial de Beisbol amateur del ‘41, los jugadores del Vargas se convertirían en los segundos héroes de rango internacional para los venezolanos.

2.2.4. Comienzan los Años Difíciles

A partir de 1948 el beisbol profesional se enfrentaría a grandes obstáculos socio-políticos que pondrían a prueba a la joven liga. Gracias a la constancia y el amor por el beisbol, la liga se consolidaría de manera tal que sería imposible para los venezolanos concebir la vida sin su beisbol profesional.

El 24 de noviembre de 1948 Venezuela amanecería bajo una insurrección militar que puso fin al gobierno de Rómulo Gallegos. De esta forma se constituyó una Junta Militar precedida por Carlos Delgado Chalbaud quien asumiría el poder.

La crisis política afectó el ánimo de los fanáticos, quienes abandonaron los estadios, provocando un tambaleo en el ámbito económico de los equipos. Vargas tuvo que retirarse de la contienda, cuyos peloteros criollos fueron repartidos entre los tres equipos restantes y los importados mandados a casa. Caracas tomaría su segundo título corrido ante el Magallanes, al imponerse 13 a 9 en el encuentro final del calendario. (Acosta, 1996).

Transcurridos cuatro campeonatos de la liga, Magallanes no había logrado ganar un título a pesar de ser el equipo con mayor tradición y contar con la presencia del “toletero” Vidal López, considerado como uno de los jugadores más completos de su generación. Esta mala racha terminaría en el campeonato 1949-1950, cuando ganarían su primer título y triunfo que repetirían en la 1950-1951.

La nueva situación del Magallanes se debe, en primer lugar, a la contratación del manager cubano Lázaro Salazar, reconocido por su actuación como *pitcher* y bateador en la liga mejicana y en la liga zuliana.

En segundo lugar, sería de vital importancia para obtener el campeonato la llegada del novato Luis “Camaleón” García, quien se apodero de la tercera base magallanera. (Acosta, 1996).

> (…)Vidal López, quizás uno de los peloteros más completos que ha producido el beisbol venezolano. Era tal su popularidad que fue uno de los primeros beisbolistas en ser usados para anuncios de publicidad. Recomendaba comprar en la tienda de artículos deportivos ‘Luis Carratú’. Lamentablemente, Vidal enfermó, y comenzó a aumentar de peso repentinamente, lo que acortó su gloriosa carrera. (Salas, 1985:52)

A pesar de su de haberse retirado prematuramente, Vidal López apareció en 900 partidos, la mayor marca para un pelotero que juega tercera base.

La situación política se agravaría aún más con el asesinato de Carlos Delgado Chalbaud a finales de 1950. La situación económica de la población empeora a pesar de los altos precios del petróleo. Los propietarios de equipos están obligados a conseguir nuevas fórmulas para mantener el beisbol a flote.

El doctor Germán Suárez Flamerich asume la presidencia de la Junta de Gobierno. Dos años más tarde, en 1952, se eligen los diputados a la Asamblea Constituyente, asumido como un fraude electoral que le abrió camino al gobierno dictatorial de Marcos Pérez Jiménez.

En el beisbol, ya los Navegantes del Magallanes habían logrado consolidar su nombre.

En este ambiente de inestabilidad política los Navegantes del Magallanes había logrado consolidar su nombre, mientras sus archirivales

Cervecería Caracas, quienes ganarían el campeonato 1951-1952, cambiaban su nombre un año más tarde. El motivo de este cambio fue que el 8 de julio de 1951 la empresa Cerveza Caracas le retiró el permiso al equipo para utilizar su nombre.

En un principio Martín Tovar Lange, dueño de la escuadra, bautizó el equipo como Caracas Baseball Club. Pero, al vender su franquicia a los publicistas y locutores Pablo Morales y Oscar Prieto, surgió el nombre de Leones de Caracas. (Acosta, 1996).

Además de este cambio, abría sus puertas por primera vez para un partido oficial de beisbol el Estadio Universitario, que al pasar de los años se convertiría en la casa del equipo capitalino.

El gobierno de Pérez Jiménez inicia una acelerada transformación de la infraestructura del país, construyendo numerosas obras alrededor de toda la República, gracias a lo cual Caracas se transforma en una moderna ciudad. A pesar de estas grandes obras, las condiciones de los venezolanos se ven seriamente afectadas. El beisbol no escapa a ello y también sufre las consecuencias de una dictadura terrible. (González, 2003)

El Vargas y el Venezuela se ven obligados a tirar la toalla por dificultades económicas, lo que mete en aprietos a la Liga Venezolana de Beisbol, ya que con dos equipos no podía llevar a cabo el campeonato.

En la liga zuliana la situación era muy parecida. Sólo quedaban dos equipos vivos: Gavilanes y Pastora. De esta situación surgió la idea de que el campeonato de la temporada 1953-1954 se realizará entre los sobrevivientes de la liga zuliana y de la liga profesional: Magallanes, Leones, Pastora y Gavilanes.

Fue un campeonato singular denominado “Rotatorio” porque los partidos se realizaban entre Caracas y Maracaibo, lo que quiere decir que mientras dos equipos jugaban en Maracaibo, los otros dos jugaban en Caracas. Cada equipo jugó 78 partidos, 26 contra cada uno de los tres equipos contrincantes.

> Ni antes ni después se ha desarrollado un campeonato tan prolongado, y el hecho de que en Maracaibo, Gavilanes y Pastora se midieran 26 veces, y en Caracas, los Leones y los Navegantes chocaran la misma cantidad de oportunidades, convirtió el evento en un fracaso económico. (Acosta, 1996: 140)

Faltando cinco fechas para que se terminara la temporada, Pastora se proclamó campeón al vencer a Magallanes en Maracaibo. Se hizo del título gracias a su excelente *staff* de lanzamiento, la mayoría importados, quienes obtuvieron 47 de las 48 victorias del equipo.

A pesar del fracaso económico que significó el “Rotatorio”, debido a los elevados salarios y altos costos de traslado en conjunto con la poca afluencia de fanáticos a los estadios, el campeonato trajo consigo aspectos positivos. Primeramente, se abrieron las puertas al beisbol zuliano, puesto que para el año siguiente se creó la Liga Occidental. En segundo lugar, los 26 encuentros entre Caracas y Magallanes formalizaron una rivalidad que está vigente aún en nuestro días. Por último, se vio jugar por primera vez a una de los grandes de la pelota venezolana: Luis Aparicio hijo.

Para la temporada 1954-1955 la Liga Venezolana de Beisbol Profesional volvió a su formato original. Las franquicias del Vargas y Venezuela fueron vendidas a varios empresarios interesados por invertir en beisbol, dando cabida a dos nuevos equipos: Santa Marta, que vino a

sustituir a Vargas, e Industriales de Valencia, que ocuparía el puesto de Venezuela.

A comienzos de diciembre Magallanes estaba a siete juegos y medios del primer lugar, que lo ocupaba el Caracas. Carlos Lavaud, propietario del equipo, despidió al *manager* Fred Fitzsimmons y volvió a contratar a Lázaro Salazar, quien le había dado dos campeonatos a los Navegantes en temporadas anteriores. (González, 2003).

La llegada de Salazar provocó una racha ganadora que le aseguró el campeonato al conjunto "turco". Este triunfo ofreció una digna despedida a la primera estrella del equipo, Vidal López, quien se retiró al terminar el torneo conservando el calificativo bien merecido de "pelotero más completo de Venezuela". (Acosta, 1996)

También se retiraba con honra Carlos Lavaud, quien no inscribiría su equipo para la siguiente temporada. Esta noticia creó tal revuelo que un grupo de empresarios y personalidades del mundo deportivo estuvieron dispuestos a tomar la batuta de Lavaud y no dejar morir al equipo magallanero.

Este grupo encabezado por Damián Gaubeka, que tenía en sus haberes un equipo de fútbol, adquirió la franquicia y se les permitió seguir utilizando el nombre de Magallanes.

> Esta nueva dirigencia empezó jugando una carta que consideraba ganadora: poner a Lázaro Salazar nuevamente al frente del equipo. Además, contratan peloteros extranjeros de extraordinaria reputación. (…) Sin embargo, Magallanes parecía haber gastado la pólvora que le permitió conquistar el título el año anterior, tanto que terminó la campaña con un decepcionante récord de 22 juegos ganados y 30 perdidos, para un raquítico average de .423. (González, 2003: 90)

Para continuar la mala racha, el 8 de diciembre el *pitcher* caraquista Leonard Yochim lanzó un juego perfecto contra el equipo turco, partido que pasaría a la historia como el primer *no hit no run* de la historia del beisbol profesional venezolano. Los Navegantes terminaron en el último lugar con grandes pérdidas económicas. (Acosta, 1996).

La dirigencia magallanera, decepcionada por el desempeño de su equipo, comenzó a actuar de manera descuidada. Faltaron a varias reuniones de la liga, en las cuales se afinaban ciertos detalles para la próxima temporada. Por este comportamiento la liga decide multar a los propietarios del conjunto magallanero, quitándoles la franquicia.

Joe Novas y Joe Cruz, dos hombres del mundo de la publicidad compraron la franquicia que le había pertenecido a Magallanes. Lavaud, que había permitido que Gaubeka utilizara el nombre Magallanes, se reserva el derecho del nombre para sí. De esta manera desparece Magallanes para darle paso al nuevo equipo denominado Oriente, listo para competir con Valencia, Caracas y Pampero en el campeonato 56-57.

La partida de Magallanes aumentó la crisis del beisbol profesional venezolano. No obstante, la liga seguía haciendo grandes esfuerzos para mantener vivo el juego de las cuatro esquinas en el país.

2.2.5. Luis Aparicio Hijo

En medio de un ambiente de dificultades para el mundo del beisbol en Venezuela, el 18 de noviembre de 1853, día de La Chinita, en una ceremonia sencilla y emotiva Luis Aparicio Ortega, conocido como el "Grande de Maracaibo", le entregó su guante a su hijo Luis Aparicio Montiel, quien lo reemplazaría en el campo corto del equipo Gavilanes de la capital zuliana. Aunque no logró conectar ningún *hit* en cuatro turnos al bate contra Pastora, cautivó a los aficionados con su manera de jugar la posición de *shortstop*. (Acosta, 1996)

Se iniciaba así la carrera de uno de los mayores baluartes del beisbol criollo, y uno de los mejores peloteros a nivel mundial:

> Ejemplo de rectitud y disciplina, tanto dentro como fuera del terreno, supo labrarse su propio camino, creando un estilo de juego muy personal. Transformó el camino iniciado por Alejandro y Alfonso Carrasquel en una moderna autopista que lo condujo directamente a Cooperstown, Olimpo del beisbol, donde tienen cabida únicamente los peloteros que han sabido brillar con luz propia, llegando a ser, por medio del beisbol, un gran ejemplo para la juventud. (Salas, 1985: 126)

Luis Aparicio Montiel debe su grandeza al gran aporte que ha hecho desde 1953 hasta nuestros días al beisbol zuliano, venezolano y de Grandes Ligas. Para el beisbol "maracucho" ha significado uno de sus mayores orgullos junto con la basílica de la "chinita" y el puente sobre el lago. Aparicio es miembro de una estirpe de hombres de este beisbol en el Zulia. En el sitio de Internet de ESPN, Randall Álvarez transcribe la entrevista realizada a Luis Aparicio por el periodista Luis Alfonso Álvarez, en el programa perfiles, donde el ídolo comenta lo siguiente sobre sus inicios:

> Bueno yo vengo de una familia que jugó béisbol toda su vida, fue mi padre Luis y mi tío Ernesto, ellos eran dueños de un equipo de béisbol profesional en Venezuela y más que todo pues mi padre me llevaba todas las tardes como cualquier muchacho normal, que ellos practicaban en un terreno que estaba más ó menos como a unas 4 ó 5 cuadras de mi casa, ahí practicaba el equipo de ellos y mi padre siempre me llevaba y yo creo que ya eso viene en la sangre de uno. Lo que si pues un mal momento que pasamos cuando me decidí a jugar béisbol profesional, yo estaba estudiando en el Liceo Maracaibo y una tarde pues me decidí y le dije a mi mamá que fue a la que más le dolió pues, que le dije que ya yo no iba seguir estudiando porque iba a jugar béisbol, bueno a ella no le gustó mucho. Lo único que me dijo, que lo que le quedaba era seguir lavando uniformes de béisbol. (Alvarez, 2004)

Para todos los venezolanos, Aparicio significa la inspiración para las generaciones de “infields” tras 18 años en las mayores que y hace que el mundo voltee la mirada hacia nuestros campos buscando figuras. Aparicio agrega sobre su debut en las Grandes Ligas:

> Si, el '56 que hice el debut, con tan mala suerte de que a quien tuve que reemplazar en Los Medias Blancas fue a Chico Carrasquel. Yo empecé mal...con el bate más que todo, y el último, el primer viaje que hicimos a Nueva York, lo hicimos en tren, enfrente mio estaba el manager, Martin Marion y él se me quedó mirando y me dice ´vas a tener que empezar a batear porque me vas a hacer tirar de un piso de esos´. (Alvarez, 2004).

En el caso de los norteamericanos, especialmente para los seguidores de los Medias Blancas de Chicago, equipo donde Aparicio logra sus mayores hazañas, este jugador es respetado admirado y considerado, al igual que Carrasquel, como miembro activo de la su comunidad. En las Grandes Ligas, Aparicio alcanzó números

impresionantes entre los que destacan 506 bases robadas de porvida, lo que significó el liderato en esa categoría durante nueve años consecutivos, nueve guantes de oro, 10 selecciones al juego de las estrellas, líder en juegos jugados, asistencias y doble matanzas, así como Novato del Año en 1956, campeón en la Serie Mundial de 1966 con el equipo de Orioles de Baltimore. Luis Aparicio se retira en 1974 del beisbol como jugador en Estados Unidos.

Luis Aparicio es exaltado al Salón de la Fama de Cooperstown el 10 de Enero de 1984, logrando convertirse en el único venezolano en obtener el máximo reconocimiento posible en el beisbol. El anuncio se hizo en el Estadio Universitario de Caracas durante un encuentro de la temporada 1983 – 1984, cuando el locutor interno comunicó la noticia a los presentes, mientras Luis Aparicio viajaba con las Águilas de Zulia hacia Caracas luego de un juego contra Magallanes. Luego del anuncio, los 10.000 fanáticos se levantaron de sus asientos e iniciaron una larga ovación que culminó con la entonación del Himno Nacional. Finalmente, el juego en desarrollo se detuvo y se alzó el tricolor patrio en el centerfield. Los periodistas nacionales e internacionales que cubrían el juego, señalarían que esa fue la más impresionante muestra de orgullo hacia un héroe deportivo nunca antes vista. (Álvarez, 2004; "Luis Aparicio", *The Baseball Page,* 2004).

> Bueno ya yo tenía, había oído el rumor de que yo tenía mucho chance y estábamos nosotros jugando en Valencia - Venezuela cuando dijeron que iban a anunciarnos, pero como eran dos horas de diferencia el tiempo de Valencia, lo anunciaron cuando ya yo iba de regreso a Caracas. (…) lo escuché por la radio porque todavía se estaba jugando en Caracas y el locutor, pararon el juego y anunciaron que yo había sido elegido para el salón de la fama. (Álvarez, 2004)

2.2.6. De los Interligas a la Huelga

Mientras Aparicio se consagraba en la "gran carpa" en Venezuela se aplicaba un sistema de campeonato con el fin de atraer público a los estadios: las "interligas". De esta manera Caracas, Pampero, Oriente y Valencia, en medio de su contienda, efectuarían juegos valederos con los equipos de la Liga Occidental: Rapiños, Pastora, Cabimas y Centauros.

> Con toda la innovación y el interés que pudo generar, en retrospectiva, esta temporada pasaría a los anales de la pelota venezolana como la que vio aparecer por primera vez a Víctor Davalillo, que se convertiría en el más grande bateador criollo de todos los tiempos. (Acosta, 1996:147)

El 17 de octubre de 1957 debutó Victor Davalillo, hermano menor de Pompeyo Davalillo, con el equipo los Leones de Caracas. Su primera aparición en la Liga ocurrió cuando fue llamado por el manager/jugador Alfonso "Chico" Carrasquel en el séptimo *inning* para que lanzara contra Oriente.

Doce días más tarde, el 29 de octubre, Víctor Davalillo, conocido por todos sus fanáticos como "Vitico", conectaría el primer *hit* de sus 1.505 imparables de por vida. A partir de entonces, el zurdo proveniente de Cabimas no dejaría de batear y cautivar a la fanaticada que lo vio jugar en treinta temporadas del beisbol criollo.

En todas las temporadas en las que participó también mostraba sus atributos como campista. Incluso logró conquistar, en su segundo año en las Mayores, el guante de oro como mejor jardinero de la Liga Americana en 1964.

Pero a pesar de la presencia de “Vitico” en el equipo de Caracas, esto no fue suficiente para que Los Leones se quedaran con el campeonato de la temporada 1956-1957. Valencia y Rapiños se enfrentarían en la final, en la cual los valencianos barrerían en cuatro partidos. Este era el tercer título conquistado por los Industriales en sus primeras cuatro temporadas en la Liga.

Para mediados de 1959, la selección venezolana ganó por primera y única vez en su historia unos Juegos Panamericanos. El equipo, dirigido por José Antonio Casanova, logró reunir un grupo de peloteros que, sin ninguna experiencia internacional, estuvieron a la altura de equipos de alto rango como Estados Unidos y Puerto Rico. Entre sus filas se encontraban jugadores que luego brillarían en la pelota criolla, como es el caso de Damaso Blanco y Luis Peñalver.

Este triunfo, aunque no alcanzó a tener la fama que goza la victoria de 1941, se destaca por ser una de los mayores metas alcanzadas en el beisbol venezolano. (González, 2003).

El sensación de libertad que se vivía en el beisbol tras la caída de Pérez Jiménez en 1958 trae como resultado otro hecho de gran importancia:

> Desde el mismo momento en que se comienza a respirar aires de libertad, nuestra pelota entra en el riel democrático con la creación del primer sindicato de peloteros y managers en 1959, cuyo presidente, Juan Antonio Yanes (Yanesito), impulsó, en agosto de ese año, la creación de la primera Liga de Verano, cuya sede estaba en Barquisimeto. También se crea ese año la Asociación Venezolana de Peloteros Profesionales (AVP), que se inicia apoyando la primera huelga de peloteros en la historia de nuestro beisbol. (González, 2003: 97)

Con el nacimiento de esta asociación, la apertura de la contienda de la temporada 1959-1960 se vio amenazada por una disputa laboral entre la Asociación de Peloteros y los dueños de equipos, ya que los jugadores exigían la eliminación de los *playoffs*, debido a que no recibían ninguna ganancia si quedaban eliminados.

Como consecuencia de la disputa acordaron eliminar los *playoffs*, pero los ánimos seguían caldeados. Y es a mediados del mes de diciembre cuando se derrama la gota del vaso: Alejandro Carrasquel, manager del equipo Pampero, golpea en el rostro a Eduardo Moncada, periodista y directivo del mismo equipo. Herman Ettedgui, presidente de la Liga en esos momentos, suspendió a Carrasquel por dos años. (Acosta, 1996).

Después de esta situación, los peloteros amenazaron con irse a huelga si no levantaban la medida en contra Carrasquel. La imposibilidad de evitar el conflicto comenzó a vislumbrarse en el momento en que los peloteros se negaron a jugar en el “Juego de las Estrellas” pautado para el 24 de diciembre. La Liga respondió suspendiendo a varios jugadores. No se llegó a ningún acuerdo y el torneo fue cancelado.

2.2.7. Nacen los Escualos

A raíz de la cancelación del campeonato, el dueño del equipo Pampero, Alejando Hernández, quedo muy desilusionado, por lo que decide vender el equipo por una simbólica suma de un bolívar al manager José Antonio Casanova quien, por carecer de dinero para costear los gastos operacionales, se asoció con un grupo de empresarios para ponerlo en marcha bajo el nombre de “Deportivos Litoral”.

Este nuevo equipo luego se transformaría en los Tiburones, club insigne de La Guaira, los cuales debutaron en la temporada 1962-1963. Desde entonces los escualos se convirtieron en un equipo ganador, lo que hizo que también ganaran muchos aficionados. (González, 2003).

Años más tarde, en 1974, Pedro Padrón Panza se hizo del ochenta por ciento del total de las acciones del equipo. En la década siguiente tomó control de la divisa al adquirir el veinte por ciento de las acciones restantes.

Los Tiburones conquistarían su primer título en la temporada de 1964-1965, la misma en que retornara el equipo magallanero a la Liga Profesional, luego de ocho años de ausencia.

> Después de ocho años, durante los cuales Oriente y Orientales fueron incapaces de sostenerse económicamente y menos aún de generar el fanatismo legado por su antecesor, en enero de 1964 se anuncia el regreso de Magallanes. (…) el club reaparece de la mano de George 'Sparky' Anderson como manager (el mismo en que los años setenta dirigió la 'Maquinaria Roja' de Cincinnati) y el apoyo de jugadores nativos como Luis 'Camaleón' García, José de la Trinidad 'Carrao' Bracho y Alfonso 'Chico' Carrasquel. (González, 2003: 101,102)

En esta época se seguían manteniendo las Interligas con Dominicana, iniciadas en la temporada anterior, cuando los dirigentes de la joven Liga de Beisbol Profesional de República Dominicana manifestaron interés por realizar encuentros con los equipos profesionales venezolanos, con la intención de mejorar la calidad del espectáculo del beisbol tanto en Dominicana como en Venezuela.

A pesar de quedar de últimos en el torneo y sufrir trece derrotas consecutivas (record que se mantuvo vigente hasta la temporada 1993-1994 cuando Tiburones sufrió catorce derrotas), la reaparición del conjunto de Magallanes vendría con tiempos positivos para la pelota rentada venezolana.

2.2.8. El Nuevo Beisbol Venezolano

La consolidación del deporte como negocio y espectáculo se inicia en 1965-1966, cuando la Liga crece y refuerza su presencia nacional. En estos momentos se realiza la primera expansión con la llegada de los Cardenales de Lara y de los Tigres de Aragua, aumentando el número de equipos de cuatro a seis.

Antonio Herrera, dirigente deportivo y comerciante caroreño, con cierta experiencia en el beisbol profesional, fuel el impulsor de la divisa larense, que tuvo sus orígenes en Carora a principios de la década de los cuarenta. Por otro lado, la creación de los Tigres fue motivado por el gobernador del estado, Hildegar Pérez Segninni y un grupo de deportistas de la localidad. (González, 2003)

Así se consagraba la pelota como negocio rentable, consolidándose como el espectáculo deportivo más importante del país, al mismo tiempo que se convertía en una de las fuentes más productivas de peloteros profesionales en el Caribe.

En esta época, los Industriales dejaron a Valencia para marcharse a Acarigua convirtiéndose en los Llaneros de Portuguesa, equipo que muere con el tiempo y es reemplazado por las Águilas del Zulia. Para

1969 Magallanes se muda a Valencia, convirtiendo a esta ciudad en su nueva sede.

La década de los setenta y los ochenta fueron tiempos de gran provecho para el beisbol nacional. Los Leones de Caracas seguían con una demoledora actuación apoyados en una extraordinaria cantera de peloteros criollos. Con esta ventaja ganarían tres torneos consecutivos (1979-1980; 1980-1981; 1981-1982) hazaña que, hasta los momentos, solo ha sido lograda por ellos. Los Tigres de Aragua y Los Tiburones de La Guaira también alcanzaron varios laureles, al igual que las Águilas del Zulia que ganaron su primer título en la temporada 1983-1984. (González, 2003).

Muchas cosas pasaron en la Liga venezolana durante esos años, hechos que impulsaron el crecimiento de los equipos como grandes franquicias, multiplicaron los ídolos inspiradores de nuevas generaciones de peloteros, atrajeron la inversión publicitaria a niveles astronómicos y en general. llenaron de interés el espectáculo del beisbol y su público.

En la primera temporada de los años setenta, la 1969-1970 se vivieron varias emociones: sería la primera vez que Magallanes jugará en Valencia como sede oficial; Pompeyo Davalillo por primera vez dirige un equipo de beisbol profesional, en este caso, los Leones del Caracas; Los Navegantes ganan por primera vez desde el año 1955, y; quizás lo más resaltante fue el primer triunfo venezolano en la Serie del Caribe.

El 12 de octubre se abrió la temporada de 1971-1972, donde los Tigres cayeron 10 a 1 ante los Tiburones de La Guaira. A pesar de su derrota en el partido inaugural, los Tigres terminaron la eliminatoria en la punta junto a las Águilas del Zulia. Llegaron a la final, donde se enfrentarían contra los Tiburones, a quienes le ganaron en seis partidos

para proclamarse campeones por primera vez luego de cinco años en la Liga criolla. El triunfo de los Tigres de Aragua se debió en parte a la actuación del *big leaguer* venezolano David Concepción, quien fue el alma de ese equipo. En el quinto partido de la final contra La Guaira, Concepción conectó jonrón y doble guindo la victoria de los Tigres en el noveno *inning*. En el séptimo de la serie, Concepción anotó tres y conectó otro vuelacercas, y así los Tigres se titularon con un *score de nueve a seis.*

En el campeonato 1973-1974 se presentaría la segunda huelga del beisbol profesional venezolano. Finalizada la ronda eliminatoria con La Guaira y Zulia igualados en la punta, y Caracas y Aragua en el segundo, los *playoffs* semifinales fueron cancelados debido a una disputa entre la Asociación de Peloteros y los dueños de equipo, con respecto a los derechos de transmisión por televisión de los encuentros. Esto dejo al torneo sin campeón, quedando solamente válido para resultados individuales.

La temporada 1975-1976 fue un torneo catalogado de extravagante: no hubo beisbol en Caracas, ni jugó el equipo caraqueño. Esta sería la primera y última vez que se registraría este hecho en el beisbol venezolano. A pesar de la falta caraqueña, el campeonato contó con la participación de un equipo denominado “Tibuleones”, con sede en Acarigua. (Acosta, 1996).

Los problemas en Caracas no quedarían allí. Al no llegar a un acuerdo con la Universidad Central de Venezuela con respecto al alquiler del Estadio Universitario, los equipos de Caracas y La Guaira se quedaron sin sede. Ambos equipos unieron sus *rosters* y conformaron los Tibuleones, tomando como sede Acarigua, donde derrotaron en el partido inaugural a los Cardenales de Lara.

Aragua, una vez más inspirada por David Concepción terminó por llevarse su tercer campeonato consecutivo contra Lara, ya que en la 1974-1975 habían vencido al conjunto del Magallanes.

A los inicios de la temporada 1976-1977 tanto Victor Davalillo como César Tovar son vendidos a los Tigres de Aragua. Ambas estrellas llevaban más de 20 años enalteciendo el uniforme de los capitalinos. La noticia causó grandes polémicas en la fanaticada, pero el despecho por estos jugadores fue rápidamente olvidado gracias a la labor de una nueva generación de ídolos del Caracas: Antonio Armas, Baudilio Díaz y Jesús Marcano Trillo, quienes en conjunto llevarían las riendas de equipo hasta alcanzar el campeonato cinco veces en los siguientes diez años a partir de la temporada 1977-1978. Antonio Armas consiguió las cifras personales de 17 jonrones, marca que más tarde rompería Baudilio Díaz, 84 *hits* y 49 traídas para la goma.

De esta manera, la triada de nuevos líderes del Caracas completan lo iniciado por David Concepción al representar al nuevo beisbol venezolano. Ellos, son las principales influencias para las nuevas generaciones del nuestra pelota a partir de la década de los 80 como el para entonces novato Andrés Galarraga, quien debutó en la temporada 1978-1979.

La última temporada de la década (1979-1980) trasciende por dos hechos de particular importancia: Victor Davalillo, con el uniforme de los Tigres de Aragua llega a los 100 hits en una sola campaña estableciendo una nueva marca y Baudilio Díaz conecta 20 jonrones, marca aún vigente en nuestros días.

Luego de su tercer título de manera consecutiva, los de Caracas alcanzarían su mayor momento de triunfo una época de triunfos con su

primera Serie de Caribe en 1982, de la mano de Alfonso “Chico” Carrasquel como manager de la novena.

Ese mismo año al inicio de la siguiente campaña, se inicia un período de glorias para los Tiburones de la Guaira, quienes al igual que el Caracas deberían su alza a la gestación de una cantera de ídolos generacionales: Luis Salazar, Oswaldo Guillen, Raúl Pérez Tovar, Gustavo Polidor y Norman Carrasco. A partir de entonces, los Tiburones dominarían la escena por cinco años obteniendo tres títulos en cuatro finales, hasta que en la 1986-1987 Urbano Lugo Hijo, *pitcher* del Caracas propinaría uno de los *no hit – no run* más trascendentales en el séptimo juego de la final de esa campaña. Los Leones repetirían en la siguiente temporada pero esta vez contra Aragua.

La temporada 1988-1989 pasa a la historia por la cadena de 18 triunfos seguidos por los Leones del Caracas, quienes perderían un juego extra en la semifinal contra las Águilas del Zulia, quienes, a posteriori se llevaría en campeonato y le darían a Venezuela su cuarta corona del Caribe, ayudados por Pompeyo Davalillo como *coach*. El triunfo es también el segundo campeonato internacional de las Águilas, luego del obtenido en 1984.

El amplio desarrollo de la pelota criolla durante estas décadas quedó reflejado tanto en la gran cantidad de peloteros venezolanos en las Grandes Ligas, como en la conquista de cinco títulos de la serie del Caribe: Dos a manos del Magallanes (1970 y 1979), dos por las Águilas del Zulia (1984 y 1989) y un título a manos de los Leones (1983).

La década de los 90 se inicia con el retiro de David Concepción en 1990, luego de 20 años con los Tigres de Aragua y 19 años con los Rojos de Cincinati con quienes obtendría dos títulos de Campeón Mundial a

mediados de los 70. En 1991, muere trágicamente Baudilio Díaz, quien también había hecho carrera con Cincinati en la Grandes Ligas. Galarraga deja de jugar regularmente en Venezuela y en la temporada 1991-1992, Antonio Armas se retiraría con un uniforme distinto, el del recién nacido Caribes de Oriente.

Las dos primeras finales de la década las protagonizan Caracas y Lara, siendo la primera para el Caracas y la segunda para los Cardenales en la 1990-1991. Este es el primer campeonato para los larenses desde que llegaron al circuito en 1966. (Acosta, 1996).

A partir de la temporada 1991-1992 se incorporaron dos equipos más a la Liga: Los Petroleros de Cabimas, hoy en día Pastora de Los Llanos, y Caribes de Oriente, por lo que la pelota rentada amplió su área de influencia directa a 3 regiones: capital, centro-occidental y oriental.

Con la llegada de estos dos equipos, se tuvo que reestructurar el circuito partiendo la liga en dos divisiones: la Centro Occidental, en la cual compiten Aragua, Lara, Zulia y Pastora, y la Centro Oriental, integrada por La Guaira, Caracas, Magallanes y Caribes.

Con la expansión llegó también el retiro del mayor jonronero del beisbol venezolano. Antonio Armas se despidió del beisbol conectando un cuadrangular en su último turno al bate. Con 97 jonrones de por vida en la pelota criolla, quedaría como líder indiscutible de éste departamento.

También ésta fue la campaña en que Wilson Alvarez exhibió sus grandes dotes como lanzador, siendo el primer lanzador venezolano en llevarse la triple corona del *pitcheo* con record de 8 ganados sin derrotas, 64 abanicados y una efectividad de 1.47 carreras limpias permitidas por cada nueve *innings* lanzados. La actuación de Wilson Álvarez llevaría a la

larga serviría para que la Águilas del Zulia obtuvieran el título. Zulia repetiría en la siguiente edición de la pelota criolla.

Luego de la hegemonía mantenida por Zulia por los campeonatos de la 1988-1989, 1991-1992 y 1992-1993, la temporada 1994-1994 destaca por la participación de algunos peloteros miembros de que pueden agruparse dentro de una nueva generación, entre ellos destacan Alvaro Espinoza y Carlos García en los *infields* del Magallanes, la ofensiva del novato Luis Raven, la velocidad y los batazos oportunos de Roger Cedeño, Bob Abreu y Oscar Azocar, por el Caracas, entre otras figuras.

Al finalizar las semifinales, la mesa estaba servida para una de las series finales más vibrantes en la cual se enfrentarían por primera vez en 32 años los eternos rivales: Leones del Caracas y Navegantes de Magallanes.

Fue una serie que paralizó al país de manera tal, que el Presidente electo, Rafael Caldera, tuvo que acortar su discurso de toma de la Presidencia para no interferir con el séptimo partido, que se jugaba ese mismo día. (González, 2003).

Gracias a la extraordinaria labor de peloteros como Carlos García, Hedí Díaz, Juan Carlos Pulido, Melvin Mora y Edgardo Alfonso, los turcos rompieron con 15 años sin obtener un campeonato ganándole a su eterno rival en una serie que llegó a su extensión máxima. Los Navengantes vinieron de atrás ya que para el segundo encuentro se encontraban con la serie en contra y ahora les tocaba visitar la capital. Luego ganaron el tercer, cuarto, sexto y finalmente séptimo y decisivo partido con un marcador 10 a 3.

Caracas pudo vengarse en la siguiente temporada cuando el 20 de enero de 1995 en un segundo juego extra por el pase a la final vencieron al Magallanes 5 a 4 con el cual ganaron el derecho de disputar la final con las Águilas del Zulia. Bajo el mando de Pompeyo Davalillo y con la valiosa intervención de Omar Vizquel, el Caracas pudo llevarse la victoria en seis juegos, ganado el quinceavo título del equipo.

En la temporada 1995-1996, a pesar de haber terminado con record negativo 29 ganados y 31 perdidos durante la ronda eliminatoria, los Navegantes se elevaron en el *round robin*, pasando a la final contra los Cardenales de Lara, la cual ganaría a pesar de estar abajo 3-1 en la serie decisiva. Este título marcaba el 50 aniversario de la liga.

El Magallanes repetiría otra vez en la temporada 1996-1997, cuando ganaron la final contra sus eternos rivales en cinco juegos. Este se convertía en el noveno título obtenido en la historia del equipo.

Durante la década de los noventa, Magallanes vivió uno de sus mejores momentos. Con tres títulos ganados, este equipo contó con jugadores de alto rango como Edgardo Alfonzo, Carlos García, Richard Hidalgo, Carlos Hernández, Freddy García, Eddy García, Clemente Álvarez, Edgar Naveda, Álvaro Espinoza y Melvin Mora.

Los Navegantes ganarían nuevamente en la temporada 2001-2002, imponiéndose sobre los Tigres de Aragua.

Para finales de los noventa, otro equipo estaba creciendo hasta convertirse en uno de los equipos con mayores logros a finales de siglo, que se extienden hasta hoy. Contando con una gran figura como Luis Sojo entre sus líneas, los Cardenales de Lara ganaron dos títulos a finales

de los noventa (1997-1998; 1998-1999) y uno a comienzos del nuevo siglo, en la temporada 2001-2002.

Durante finales de 2002, nuevamente la situación política venezolana se refleja en los campos de juego. Un llamado a paro nacional por el sindicato de trabajadores y el inestable clima político llevará a los directivos de la liga, a los dueños de equipos y a la Asociación de Peloteros de Venezuela a tomar la decisión de suspender la temporada 2002-2003 en plena ronda eliminatoria, con Caracas en el primer lugar con récord de 23 ganados y 16 perdidos.

En la temporada 2003-2004, los Tigres de Aragua finalizaron 28 años de espera para conquistar el campeonato. Ganaron en seis juegos contra los Caribes de Oriente, con la participación de Miguel Cabrera, quien fue pieza clave para que los Marlins de Florida ganaran el campeonato de Grandes Ligas en el 2003. Esta última campaña representó un nivel pocas veces visto en nuestro beisbol desde el punto de vista del bateo. Gran cantidad de “Grande Ligas” participaron del campeonato y se consagraron nuevas figuras desconocidas para la fanaticada.

2.2.9. El Presente Glorioso del Beisbol Venezolano

La historia del beisbol profesional venezolano puede resumirse en la constancia de los deportistas, directivos y fanáticos quienes desde los inicios se enamoraron de este juego de bate y pelota. Esta historia fue escrita por aquellos quienes lucharon por mantener su principal pasatiempo con vida, está ligada estrechamente con el beisbol norteamericano y por último, es una secuencia de generaciones de peloteros que inspiran nuevas generaciones que inspiran otras más, hasta

hacer de Venezuela, una de las mayores canteras de estrella del beisbol a nivel mundial.

En la actualidad, ya no cabe dudas que Venezuela es una potencia de beisbol. La cantidad de jugadores que brillan en el extranjero es tan grande que se hace difícil hacerles seguimientos. Cada mes nuevos peloteros criollos suben a las Grandes Ligas, al punto que durante los últimos años, mucho de ellos, son tan nóveles que nunca han lanzado una pelota o esgrimido un bate en la liga profesional de nuestro país.

La historia de estrellas que obtienen reconocimiento dentro y fuera de nuestras fronteras, se inicia formalmente con Alejandro "Patón" Carraquel quien es una generación mayor que Luis Aparicio, el célebre de todos, y de Víctor Davalillo, quienes a su vez inspiraron el deseo de ser profesionales de otras glorias de nuestro beisbol. Ellos entregaron los mejor de sí a los fanáticos de sus respectivos equipos nacionales, mientras cautivaban la mirada de los amantes del beisbol en los Estados Unidos.

En la década de los años 70, con el deporte consolidado en los corazones de los venezolanos, prolifera un puñado de héroes que servirían de modelo a todos quienes hasta nuestros días han escogido la profesión de peloteros. A estos, ahora maestros, los lidera el "Rey David" Concepción, quien fuese el mejor *short stop* de la década en Venezuela y las Grandes Ligas, motor y alma de los Tigres de Aragua y Rojos de Cincinati, un hombre carismático admirado dentro y fuera del campo. En segundo lugar, el trío de "toleteros" capitalinos Antonio Armas, Baudilio Díaz y Jesús Marcano Trillo, todos "Grande Liga" en la década siguiente. El Primero, Armas, es nuestro primer *slugger*, con números de antología en las dos ligas, es el sinónimo histórico del jonrón venezolano. Baudilio Díaz, por su parte, fue inspiración por el amor que demostró por la

camiseta de los Leones del Caracas, jugando a la pelota con una pasión y entrega pocas veces vista. De Trillo, se puede acotar que contribuyó al continuar el legado de grandes *infielders* criollos.

De esas primeras generaciones, surge otro grupo de estrellas durante los años ochenta. Siguiendo los pasos de Concepción y Trillo, Luis Salazar, Oswaldo Guillen y Álvaro Espinosa, comprobaron que Venezuela era tierra de los mejores jugadores defensivos del beisbol. Antonio Armas, sirve de modelo para Andrés Galarraga, quien hoy en día sigue repartiendo jonrones y es quizá, el pelotero más querido por los venezolanos hoy en día.

A los ya mencionados les sigue de manera exponencial, el primer boom de *big leaguers* nativos de nuestro país: Omar Vizquel, Wilson Álvarez, Bob Abreu, Magglio Ordóñez, Richard Hidalgo, Ugueth Urbina, Omar Daal, Freddy García y muchos otros, quienes desde finales de la década de los 80 y principios de los años 90 han sembrado triunfos propios, convirtiéndose en súper estrellas del deporte.

Hasta entonces, las generaciones de jugadores de renombre en nuestro país podía fotografiarse en una sola toma. No eran pocos pero tampoco eran muchos. Crecía con los años en número y calidad. Hoy día, se vive un fenómeno que todavía necesita tiempo para ser estudiado. Ha llegado el segundo *boom* de figuras venezolanas. Ya casi no pueden nombrarse con facilidad ya que tanto el beisbol profesional en Venezuela como las Grandes Ligas cuentan con decenas de jugadores de primer nivel. Una temporada de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional es una vitrina del mejor beisbol del mundo, y una temporada de Grandes Ligas es un campo de juego densamente poblado por el germen nacional.

Ya no hace falta hacerse nombre en el Caracas, Magallanes, Zulia, Lara, Caribes, Pastora, La Guaira o Aragua, para poder soñar con jugar en las mayores. Sólo hace falta hacer lo que mejor sabemos los venezolanos: jugar beisbol.

Esta es la época de consagración de quienes iniciaron en los ochenta y en los noventa el camino hacia la fama, es la época de recordar a los pioneros, y es la época de escuchar por la radio, leer en el periódico o ver en la televisión que otro pelotero venezolano, desconocido totalmente, conecta su primer hit en las Grandes Ligas o poncha su primer contrincante, luego un mes después es ya una súper estrella, y en octubre se uniforma, desde el primer día con algún equipo local.

Esta es la época de Francisco “K-Rod” Rodríguez, de Carlos Guillén, Víctor Martínez, César Izturiz, Kelvin Escobar, Johan Santana, Carlos y Víctor Zambrano y Miguel Cabrera, por solo nombrar algunos de los cerca de media centena de “Grande Liga” criollos o mas de doscientas estrellas del futuro en nuestra liga profesional.

2.3. Beisbol y Medios en Venezuela

Durante el repaso de la historia del beisbol en Venezuela recién presentado hubo un elemento recurrente que fue evolucionando a la par del crecimiento de la “pelota” nacional. Este elemento son los medios de comunicación y su relación con el beisbol criollo. El presente apartado complementa lo ya referido sobre este tema.

Los medios de comunicación reconocieron en el beisbol algo más que un pasatiempo o un simple deporte popular, identificaron su cualidad de espectáculo atrayente para las masas y así comenzó la cobertura del beisbol en Venezuela.

En 1895, el fundador del *Caracas Baseball Club* invitó al periodista Ismael Pereira Álvarez a presenciar los encuentros del equipo capitalino. Pereira maravillado por el espectáculo escribió al poco tiempo en *El Pregonero*, diario en el cual laboraba: “Era de admirar el soberbio golpe de vista que presentaba ayer la sabana donde ambos clubs tienen sus campos. Lo más selecto de esta culta sociedad se dio cita allí en aquel hermoso plano inclinado…” (Pereira citado por Díaz Rangel, 1996:81). Este hito histórico sucedió el 9 de Julio de 1895, pero no fue el primero ya que en el diario *El Tiempo* se publicó sólo un día antes una reseña de tónica similar que además de cubrir el aspecto deportivo se basó en exaltar la variedad del público presente. Este mismo medio de comunicación fue decisivo para la masificación de la afición al beisbol ya que sugirió la construcción de gradas en el estadio. El 3 de Agosto la idea se había hecho realidad. Las primeras fotos del beisbol venezolano se imprimen en *El Cojo Ilustrado*, en su edición No.88 del 15 de septiembre de 1895. Salía una foto del equipo Caracas Base Ball Club y una escena de un partido en el Stand del Este. (Díaz Rangel, 1996).

Sólo siete años más tarde, se funda el primer semanario especializado de nombre *Base Ball* de la mano de Emérito Argudín, una de las primeras estrellas reconocidas públicamente. Se iniciaba entonces el periodismo especializado sobre beisbol en Venezuela.

Una de las primeras rivalidades conocidas que causaron grandes pasiones en el público fue la protagonizada por el Vargas BBC y el San Bernardino BBC. El interés que creaban los choques entre estos dos equipos produjo en 1907, una de las anécdotas más pintorescas de nuestro beisbol y medios de comunicación. “Durante un encuentro entre ambos clubes, celebrado en El Paraíso, las incidencias del partido fueron transmitidas por teléfono a una barbería del litoral, donde un señor las anotaba en una gigantesca pizarra (…) Los fanáticos del Vargas habían realizado, sin saberlo, la primera transmisión en vivo de un evento en Venezuela”. (González, 2003:23).

La primera transmisión televisiva se realizó el 12 de septiembre de 1953, en el marco de la XIV Serie Mundial de Beisbol Amateur disputada en el Estadio Universitario de Caracas. La Transmisión fue hecha por Radio Caracas Televisión.

Desde ese momento el beisbol no se ha desvinculado de la televisión y de los medios en general, debido a los altos ingresos que produce la comercialización del deporte, el más seguido por los venezolanos.

El espectáculo del beisbol se ha convertido en una guerra entre los anunciantes, deseosos de que sus marcas se relacionen con este deporte en la mente de los consumidores. Hoy día, el enfrentamiento por llenar espacios de pautas de publicidad es el principal motor económico del beisbol en Venezuela. Tres sectores se reparten la casi totalidad de estos

espacios: el sector telecomunicaciones, el sector gaseosas y el sector alimentos. Según datos proporcionados por la productora de televisión Noia Studio (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004), más de 25 millardos de bolívares circularon por causa del beisbol entre los meses de Octubre de 2003 y Febrero de 2004, por concepto de pautas publicitarias y derechos de transmisión.

El beisbol se ha convertido en un negocio, quizá uno de los más rentables de nuestro país, y la transmisión en vivo de las temporadas de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, tanto de radio como de televisión, se llevan las mayores ganancias. Aún así, la tradición de consumo mediático de beisbol del venezolano a lo largo de los años ha producido la transmisión de diversos programas informativos y periodísticos especializados en el tema, siendo los más recordados de los últimos años *Lo Mejor de la Semana* (sobre Grandes Ligas) y *Playball* con Juan Vené, ambos transmitidos por Venevisión, y *La Esquina Caliente* con Dámaso Blanco por Venezolana de Televisión.

Durante la temporada 2003 – 2004, pudo verse por las pantallas de diversos canales que transmiten en Caracas la producción de los siguientes programas especializados: 1) *Playball,* conducido por Fernando Arreaza mostró principalmente la cobertura de los juegos de la división occidental con base en la ciudad de Barquisimeto así como entrevistas a personalidades, salío al aire por Venevisión y Meridiano TV; 2) *Grand Slam,* conducido por Dámaso Blanco y Aldryh Adrianza transmitió las incidencias de la temporada básicamente desde la ciudad de Caracas y se fundamento en contenidos de corte noticioso de actualidad con entrevistas a jugadores, al aire por Meriadiano Tv y CMT; 3) *Fuera de Base,* de la mano de Ivon Gaete es un *magazine* de variedades enfocado casi exclusivamente en los jugadores; y 4) *Quieto en Primera* con Alfredo Villasmil Franceschi, transmitido por TV Familia, presentó noticias,

comentarios, entrevistas y análisis con la participación de personalidades y fanáticos.

CAPITULO III: PROGRAMA DE TELEVISIÓN QUIETO EN PRIMERA

Este capítulo describe la naturaleza del programa de televisión Quieto en Primera, su propuesta conceptual, los objetivos comunicacionales a los cuales responde y en él se explica la propuesta estratégica que la productora Noia Studio ha establecido para la producción de los contenidos. De esta manera, se exponen todos los elementos que pueden permitir un análisis más profundo de las etapas del programa (Temporada de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional y la Temporada de Major League Baseball), cuya confrontación es el punto de partida para la consecución de los objetivos planteados por esta investigación.

3.1. Nuevo Concepto en el Tratamiento del Beisbol en Venezuela

El 6 de diciembre de 2003 comienzan las transmisiones del programa de televisión Quieto en Primera en la Gran Caracas por el canal regional TV Familia. Quieto en Primera surge como elemento inicial en la estrategia del proyecto empresarial deportivo Sports & People, que pretende convertirse en una empresa de promoción y difusión del deporte en Venezuela, a través de la producción de contenidos mediáticos, actividades de consultoría y desarrollo comunitario en esta área.

Quieto en Primera toma su nombre de la columna de prensa escrita homónima redactada por el periodista deportivo Alfredo Villasmil Francheschi, quien es productor asociado y conductor del programa de televisión. De esta manera el formato de prensa y el formato de televisión se acompañan dentro del proceso de formación de Sports & People, cada uno con identidad propia pero dentro de una misma línea editorial. A estos dos formatos de Quieto en Primera le acompañarán, según la estrategia trazada por Noia Studio (empresa comunicacional encargada del proyecto de desarrollo de Sports & People), un programa de radio y un sitio de Internet que serán lanzados próximamente.

> Alcanzar la meta de lograr presencia, en un período menor a un año, de Quieto en Primera en los cuatro medios de comunicación de mayor acceso actualmente representa el pilar fundamental para descubrir ante la luz pública lo que será Sports & People en un futuro muy cercano. Con ello lograremos posicionar nuestra marca y desarrollar nuevos proyectos y experiencias dentro del deporte en Venezuela y en la región. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 3)

Noia Studio desarrolla la producción del programa de televisión en asociación con Alfredo Villasmil Francheschi, quien por otro lado escribe la columna de prensa que actualmente se imprime en el diario de circulación nacional Últimas; y los proyectos radiales y de Internet de Quieto en Primera se encuentran en un proceso de planificación conjunta entre las dos partes.

> El Programa de Televisión Quieto en Primera representa para nosotros un proyecto insignia, que nos ha permitido desarrollarnos como productora y que nos llena de gran orgullo. Desde el principio el proyecto fue abordado desde una perspectiva empresarial que pretende explotar el vacío existente en la programación de televisión de Venezuela, que no contaba con un magazine deportivo especializado en beisbol conceptualizado como un medio informativo, de entretenimiento, analítico y de alta sensibilidad humana y audiovisual [...] Hemos desarrollado nuestra propuesta empresarial a través de nuestra misión, visión y valores expresados en términos de objetivos comunicacionales. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 4)

Noia Studio presenta este esquema de conceptualización del programa con el fin de hacerlo comprensible tanto para sus proveedores, clientes y personal (públicos internos empresariales), como para los comunicadores que hacen posible la producción de Quieto en Primera. La conversión de los valores a un lenguaje comunicacional es el mejor ejemplo de este ejercicio desarrollado por la empresa. El resultado es un conjunto de objetivos comunicacionales que definen el programa y que en conjunto marcan la diferenciación de Quieto en Primera respecto a otros programas de beisbol en Venezuela.

Desde la primera transmisión del programa el primer sábado de diciembre de 2003 hasta la segunda semana de marzo de 2004, Noia Studio produjo 14 entregas del mismo. Actualmente Quieto en Primera se encuentra en el proceso de preproducción de la etapa de Grandes Ligas del programa, que cubre la temporada de Major League Baseball en los Estados Unidos de América, la cual será nutrida fundamentalmente con el resultado de este trabajo de grado.

3.1.1. Misión: Propósito de Primera

> Quieto en Primera es un programa de televisión especializado en beisbol que promociona y promueve la comunidad del beisbol en Venezuela presentando contenidos que expresan los objetivos comunicacionales de entretener, informar, analizar y sensibilizar, de manera dinámica e integral, con un tratamiento que resalta la calidad humana de quienes forman parte del fenómeno del beisbol. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 5)

La misión de Quieto en Primera demarca la televisión como medio para el cual ha sido diseñado el programa. Establece su propósito fundamental de compromiso con el apoyo al deporte en Venezuela a través de la llamada "Comunidad del Beisbol", todas aquellas personas que de una u otra manera están vinculadas con este deporte bien sea de manera formal como jugadores profesionales, empresarios, dueños de equipos y periodistas así como los fanáticos, peloteros amateurs y la familia de todos los antes mencionados. Este es un pilar esencial en la estrategia de Noia Studio para el establecimiento de Sports & People dentro de la mente de quienes consumen beisbol (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 3). Finalmente se establecen las pautas del proyecto, dejando en claro su naturaleza periodística pero con el matiz, que también se comenta en el plan de negocios del programa, de "producto de comunicación de entretenimiento, porque es importante que los contenidos puedan trascender la pantalla de quien está frente al televisor ayudados por elementos audiovisuales de actualidad, generadores de interés y atención, a través de una marca comunicacional distintiva". (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 3).

3.1.2 Visión: Sociedad Beisbol

> Ser el programa de televisión sinónimo de beisbol en Venezuela y el mercado hispano, así como la referencia en el tratamiento de contenidos deportivos en una sociedad que reconoce al beisbol como un estilo de vida integral adaptable a las realidades de vida de todos quienes viven la pasión del deporte. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 6)

De la visión de Quieto en Primera se puede deducir la intención a futuro de convertir el programa de televisión en un producto comunicacional a gran escala y con versiones adaptables a otros mercados amantes del beisbol como República Dominicana, Puerto Rico, México e incluso Estados Unidos de América.

Se incluye el tema del papel del beisbol en la sociedad venezolana, presente en lo cotidiano y objeto de gran atención. Sobre el asunto, el texto del plan del negocios de Quieto en Primera describe:

> Las razones que nos impulsan a sostener este proyecto comunicacional son originarias de distintos ámbitos. En lo personal somos grandes fanáticos del beisbol, el cual está y ha estado siempre presente en nuestras vidas, es como trabajar en nuestro mayor pasatiempo. Existe una perspectiva sociológica en la cual nos enfrentamos al fenómeno aportando nuestra visión del deporte al todo de una sociedad que desayuna, almuerza y cena beisbol. En lo profesional tenemos la oportunidad de tratar y presentar contenidos con estándares comunicacionales que consideramos alta factura, y en lo empresarial vemos al beisbol como una oportunidad para insertar a nuestra empresa dentro del mercado más lucrativo de este país (cerca de 25 millardos de bolívares al año invertidos en beisbol). (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p 2).

Javier González (2003) comienza su libro *El Beisbol en Venezuela* con las siguientes palabras:

> La historia de Venezuela se ha escrito con algo más que la sangre de sus próceres, la belleza de sus *misses*, la <bendición> del petróleo o lo maravilloso de su clima", (…) El deporte rey ha significado para nosotros algo más que un pasatiempo. Parte de la visión que el venezolano tiene de sí mismo está íntimamente ligada a él, a su significado como hecho cultural. (p. 9)

De una u otra manera la visión de Quieto en Primera, reivindica el valor del beisbol en la sociedad, dándole justo puesto en la influencia que tiene dentro del día a día del venezolano. Tal y como reza la misión antes presentada, la visión del programa sustenta el propósito de promocionar y promover la comunidad del beisbol en Venezuela, por no decir que Quieto en Primera pretende formalizar una verdadera comunidad de este deporte, tema más bien acorde, con los planes de Sports & People, que ve en el programa de televisión un instrumento de difusión y en el todo del proyecto Quieto en Primera (prensa, televisión, radio e Internet) un mecanismo de centralización de los primeros esfuerzos a tal fin (L. Trujillo, entrevista personal, 9 abril 2004). De cualquier manera, todo se encuentra en consonancia bajo una misma línea estratégica.

3.1.3. Objetivos Comunicacionales: Las Señas del Manager

Continuando con la propuesta organizacional de Quieto en Primera, los valores que fortalecen la misión y visón antes presentados están desarrollados en cuatro objetivos comunicacionales que sirven como base para el tratamiento de los contenidos del programa, que en

suma otorgan a éste su diferenciación en el conjunto de otros programas de beisbol en Venezuela.

Entretener

> Presentar contenidos que tratan el tema del beisbol de una manera dinámica y diferenciada, desde múltiples puntos de vista, valiéndose de la fusión y/o integración de distintos géneros periodísticos, de variedades y de entretenimiento, así como proponer nuevas estéticas gráficas y de producción en la cobertura del deporte en nuestro país. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 7)

Este objetivo comunicacional es la punta del iceberg que marca la diferenciación de Quieto en Primera. Se refiere en parte a la forma en la cual los contenidos son presentados por medio de un planteamiento estético formal original con altos estándares sonoros y visuales. La utilización de gráficos es de gran importancia en el programa, aún cuando no fue explotado en su totalidad en la primera etapa del mismo. Este elemento será desarrollado con mayor dedicación en la próxima emisión correspondiente a las Grandes Ligas.

Sobre el tratamiento de los contenidos, Quieto en Primera se caracteriza por presentar una fusión de géneros que incluyen periodismo noticioso, entrevistas, análisis, reportaje y semblanzas, entre otros. Adicionalmente, los temas se muestran desde puntos de vista poco convencionales por medio de secciones como “La Comunidad del beisbol”, donde personalidades ligadas a este deporte como periodistas, empresarios y otros, comentan su opinión sobre un tema propuesto o el beisbol en general. En el programa No. 10 del 7 de febrero de 2004, el periodista Manuel Urbina, habló sobre las Serie del Caribe como competición e hizo un análisis sobre la representación venezolana en

manos de los Tigres de Aragua, equipo campeón de la temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional. (Noia Studio (2004, Febrero 7), Quieto en Primera, Caracas, TV Familia). Otra sección que permite ejemplificar el tratamiento distintivo es “Entretelones del Beisbol”, que se basa en la exposición de aquellas actividades que se encuentran detrás del beisbol como espectáculo; dentro de este segmento se hizo una nota ligera del puesto de ventas de alimentos “Arepazo Tropic Sonia” en el Estadio de la Ciudad Universitaria de Caracas, una reseña sobre los mecanismos de seguridad en el mismo estadio a cargo de “VIP Security”, y otro segmento sobre los “Domingos Familiares” de los Leones del Caracas.

La mezcla de segmentos, los cuales se ordenan sobre un esqueleto preestablecido pero con variaciones en la presencia fija o itinerante de algunas secciones da como resultado un programa dinámico en un formato de 21 minutos en tres negros de contenidos. Otras secciones a considerar son: Protagonistas de Primera, Entrevista de la Semana, Notas de Primera, Tema de la Semana, La Clínica de la Semana y El Club de la Caras Bonitas.

Tomando como premisa entretener, el beisbol se ve como un espectáculo basado en el deporte y explota esta característica con una propuesta que define el programa de televisión. En palabras de Leo Trujillo, asistente ejecutivo de Noia Studio, “los anunciantes toman del beisbol no sólo su marco deportivo sino el gran espectáculo que gira alrededor de él, en las dinámicas de la experiencia y en su impacto en la vida del venezolano, no estoy diciendo que esta es la razón de hacer Quieto en Primera como es, pero sí, que si el programa se hace monótono, lleno de números y resultados, con imágenes convencionales, etc., el televidente cambia de canal y nuestras ideas se quedan en la ondas hertzianas, es decir, no se ve y los anunciantes no venden.

Además, tenemos el reto de crecer con un canal pequeño que también está naciendo". (entrevista personal, 9 de abril, 2004).

Informar

> Presentación de contenidos noticiosos de manera pertinente y con tratamiento periodístico sobre la base del interés que pueda generar en el público seguidor del beisbol. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 7)

Quieto en Primera se basa en informaciones limpias provenientes de los hechos ocurridos en el beisbol. En el fondo el interés del fanático está en la actuación de sus equipos y/o jugadores. De allí, el compromiso que según Oscar Araujo, enlace de producción Noia Studio, tiene el programa de hacer llegar a los televidentes las informaciones más relevantes durante la semana. "Yo me pongo como ejemplo. Siempre he sido un seguidor extremo del beisbol al estar al día con los resultados y estadísticas, pero tengo amigos, la gran mayoría, que viven el beisbol de manera distinta, les interesa mantenerse informados sobre como va la cosa, pero sin excesos informativos; para ellos es este programa". (O. Araujo, entrevista personal, 9 de abril, 2004).

De esta manera secciones como "El Tema de la Semana" y "Notas de Primera" se centran en la cobertura periodística de hechos ocurridos durante la semana anterior a la salida al aire del programa. Sin embargo, el tratamiento mantiene la directriz de ser diferenciadora. En el primer programa, se cubrió el Juego de las Estrellas de la Temporada 2003 – 2004 de la liga, el cual fue en homenaje a Andrés Galárraga. Si bien se presentó la noticia se hizo con el apoyo de algunas fuentes vivas que dieron su perspectiva sobre el evento, antes, durante y después de su desarrollo. Así, la noticia no sólo es transmitida y comentada por el

conductor del programa Alfredo Villasmil Franceschi, los hechos son contados conjuntamente entre la redacción de Quieto en Primera y sus invitados. En esa oportunidad, participaron periodistas como Mary Montes, peloteros como Antonio “El Potro” Álvarez y fanáticos que concurrieron al estadio. (Noia Studio (2003, Diciembre 6), Quieto en Primera, Caracas, TV Familia)

Analizar

> Ir más allá de la noticia con análisis certeros sobre temáticas actuales de interés general para el público que sigue el beisbol de manera de generar conciencia y pluralidad al exponer distintos puntos de vista. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 7)

Al igual que la columna de Alfredo Villasmil Franceschi en Últimas Noticias, el programa de televisión, es en cuanto a tratamiento noticioso, fundamentalmente analítico y de opinión. La principal diferencia en este aspecto entre los dos formatos es que la columna es a una sola voz, mientras que el programa muestra, como se comentó en el apartado sobre ”Informar”, la visión de distintos protagonistas involucrados con el beisbol.

Los temas son presentados respetando la veracidad de los hechos con un tono reflexivo que agrega contenido a la información. Durante los dos primeros programas que cubrieron la fase Semifinal del campeonato 2003 – 2004, los programas del 3 y 10 de enero de 2004 respectivamente, Quieto en Primera dio un espacio especial a los Leones del Caracas y a los Tiburones de La Guaira por ser dos equipos que tenían varios años sin clasificar y por compartir la experiencia de presentar nuevas administraciones. Se hizo un análisis de cada situación

y existió gran aporte de personalidades vinculadas con ambos conjuntos , incluyendo al público.

Sensibilizar

> Presentación de la calidad humana de todos quienes forman parte de la comunidad del beisbol: peloteros, fanáticos, periodistas, empresarios y familiares; siendo un espacio de tribuna abierta para todos ellos y medio de identificación de la audiencia con sus ídolos. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004. p, 7)

Aún cuando semblanzas y entrevistas personales a figuras del deporte ya han sido presentadas en la televisión venezolana, Quieto en Primera hace un especial hincapié en presentar sus contenidos bajo un tono que realza la humanidad de quienes representan la esencia del beisbol, no sólo en formatos periodísticos convencionales como las ya mencionadas semblanzas y entrevistas, sino al insertar comentarios y análisis fundados en desmitificar la figura de las estrellas, periodistas y empresarios del beisbol, y acercarlos a la realidad cotidiana de los fanáticos y público en general.

En el caso de los jugadores, se muestra que son seres sociales, familiares, susceptibles a las experiencias de la “gente de a pie”, que no siempre sus actuaciones profesionales son perfectas, porque el beisbol , en definitiva es un deporte que reconoce el error como parte de la vida, y que le brinda oportunidad democrática a cada jugador de resarcir sus faltas tanto dentro como fuera del campo.

Quieto en Primera, fomenta y promueve la comunidad del beisbol a través de este acercamiento entre el fanático y las figuras deportivas, es la unión e integración de sus mundos y planos de vida.

En cuanto a los empresarios y periodistas la propuesta del programa presenta detalles desconocidos para el público sobre el trabajo que realizan para hacer del beisbol algo más que un espectáculo que ocurre dentro de los límites del terreno de juego.

Por último, en Quieto en Primera existen dos elementos que completan el objetivo comunicacional de sensibilizar. La perspectiva de los amigos y familiares de los peloteros, quienes complementan la informaciones transmitidas aportando su punto de vista, y la participación activa de los fanáticos en los estadios y en las calles quienes además de dar sus opiniones ayudan, gracias al gran conocimiento que el venezolano tiene sobre beisbol, a suministrarle a las informaciones que produce el programa una voz distinta a la de Alfredo Villasmil Franceschi, conductor del espacio televisivo.

Las sección que mejor ilustra este objetivo comunicacional es “La Entrevista de la Semana”, la cual es una fusión entre semblanza y entrevista de personalidades con un toque de reportaje audiovisual. En el programa número tres del 20 de diciembre de 2003, la sección se dedicó a Melvin Mora, jardinero grande liga de los Navegantes del Magallanes, quien hablo sobre su vida familiar la cual ocupa, como en la mayoría de los protagonistas de esa sección durante la primera etapa del programa, un lugar importantísimo, por no decir primordial en su vida. La entrevista a Mora fue complementada con la participación de los fanáticos, tanto del Magallanes, como de otros equipos, quienes explicaron el motivo de la gran admiración que sienten por este pelotero. Finalmente, sus compañeros de juego expresaron con gran emoción el significado de este

pelotero dentro del club y la influencia que ejerce dentro y fuera del campo como motivo de inspiración.

Oscar Araujo, quien realizó varias de las entrevistas, comenta respecto al tema:

> En verdad, hacer el lado humano del beisbol es una de la tareas más gratificantes del proyecto. En especial recuerdo La Entrevista de la Semana de el "Beto" Méndez. Lo que más me impresionó fue su calidad como individuo y su sencillez, no en vano, es uno de los peloteros más queridos por la fanaticada. En esa oportunidad nos habló sobre su familia, la muerte de su madre, la influencia de su padre, quien va al estadio todos los días, y su llegada a las Grandes Ligas. También nos contó sobre su parroquia, El Valle, y su cercanía con los niños. Durante la grabación, se acercó a las tribunas y mientras daba autógrafos tomó a un nené recién nacido y lo trataba como un hijo propio. No sé, el "Beto" es así. Por supuesto, el especial sobre Galarraga también fue conmovedor, sobretodo al ver que tanta gente lo admira y el apoyo que siempre ha recibido de su familia. (Entrevista personal, 9 de Abril, 2004)

De la misma manera, Alfredo Villasmil Franceschi, considera que Quieto en Primera ha tenido un impacto positivo sobre la llamada comunidad del beisbol: "El programa es muy joven todavía, tiene impacto en el sentido que se está haciendo algo diferente, se le da participación a la gente". (entrevista personal, 5 de mayo, 2004)

Esto se debe, en parte, a la manera en que los contenidos de Quieto en Primera son presentados, integrando las informaciones con las vivencias y pasiones, tanto de aquellos que están dentro del campo siendo grandes ídolos deportivos, como de los que soportan el espectáculo desde el punto de vista empresarial y periodísticos, y

finalmente de aquellos que están en las tribunas apoyando al beisbol, porque, como dice Alfredo Villasmil Franceschi, este negocio es lo que es gracias al público, los empresarios han convertido esto en un gran negocio gracias a los fanáticos y los ídolos son ídolos gracias a su público.

3.2. Alfredo Villasmil Franceschi: El Beisbol es Libertad, Libertad den Movimiento

Desde 1991, Alfredo Villasmil Franceschi es redactor de la columna de prensa escrita Quieto en Primera. Los inicios de este artículo se gestan en el período en que este periodista ejerció de Redactor Deportivo en el diario especializado en deportes Meridiano. En ese momento, Villasmil Franceschi comenzó su carrera como uno de los periodistas especializados en beisbol más importantes de Venezuela.

> La columna se inició en el diario Meridiano. "El Vito", Victor José, se me acercó para que escribiera una columna de béisbol. Yo dije que sí, y que la columna se iba a llamar Quieto en Primera, porque en la primera base, cuando un jugador llega a ella se inicia la emoción del béisbol, la emoción de las carreras, porque después de primera, viene la segunda, la tercera y el home. (entrevista personal, 5 de mayo, 2004)

La carrera de Alfredo Villamil Franceschi se ha desarrollado de manera exitosa en el terreno de la prensa escrita, aun cuando ha tenido experiencias de consideración en la radio venezolana. Villasmil es Licenciado en Comunicación Social, título que obtuvo en la Universidad Central de Venezuela en 1994, momento para el cual ya era conocido cubriendo la fuente de beisbol y redactor de las columnas Quieto en Primera y Esperando Remolque en el periódico Meridiano.

Tras realizar estudios que le valieron el título de *Magíster Scientarum* en Publicaciones Electrónicas, en City Univerity, Londres Reino Unido, entre los años 2001 y 2002, vuelve a Venezuela a ocupar el cargo de Editor Asistente en deportes del diario de circulación nacional Últimas Noticias, medio de comunicación del cual forma parte desde el año 2000. En este periódico, Villasmil continúa redactando su columna Quieto en Primera y crea la sección "Entrevistas con los Mejores".

Quieto en Primera, se ha venido publicando desde entonces de manera periódica en este diario el cual es considerado el medio de comunicación impreso de mayor tiraje, alcance y ventas en el mercado venezolano.

Hoy día, Alfredo Villasmil Franceschi, describe la columna Quieto en Primera de la siguiente manera:

> Es totalmente diferente de cómo era antes. Ahora la escribo por el amor a escribir, antes, la escribía para demostrar que sabía mucho y "echármelas" por ahí. Ahora se trata de manera más humilde, es una columna íntima. Ya no es puro números. (entrevista personal, 5 de mayo, 2004)

Desde el año 2001, Alfredo Villasmil Franceschi comenzó las labores de planificar la producción de un programa de televisión a manera de *magazine* sobre beisbol que funcionase como una versión televisiva de su columna Quieto en Primera.

No fue hasta casi 3 años después que las oportunidades y la maduración de la idea hizo posible llevar el proyecto a la realidad. En septiembre de 2003, Alfredo Villamil Franceschi y Noia Studio, comenzaron la producción del programa de televisión. El esquema que se

adoptó fue la coproducción entre ambas partes, donde Alfredo Villasmil Franceschi asume el papel de proveedor de contenidos, noticias y relaciones, proporcionando a Noia Studio su experticia sobre el tema y su amplia cartera de contactos. Noia Studio, por su parte lleva a cabo el desarrollo organizacional del proyecto de empresa Sports & People, (en la cual Villasmil actúa como asesor), produce los contenidos y lleva a cabo la realización audiovisual y comercialización del programa de televisión Quieto en Primera. Como es natural, Villasmil asume el rol de conductor del programa de televisión y de esta manera su nombre está directamente vinculado con la imagen que el proyecto audiovisual transmite.

La primera temporada de Quieto en Primera en televisión ha significado para Alfredo Villasmil Franceschi una experiencia que agrega profundidad a su carrera como periodista deportivo. Y en sus propias palabras comenta: “He aprendido mucho, es otro medio, otro lenguaje, otra manera de dar la noticia. Ha sido una prueba para mí de que sí es posible presentar los acontecimientos de una manera fresca y amena en un programa de pelota”. (entrevista personal, 5 de mayo, 2004)

> Alfredo Villasmil Franceschi, muestra en Quieto en Primera, su personalidad fresca y sencilla con la cual los televidentes se identifican fácilmente, profesionalidad y excelente manejo de información, asertivos análisis sobre la base de su gran experiencia de más de 10 años cubriendo la fuente de beisbol, y un perspicaz sentido de humor. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 8).

3.3. Un Deporte y Dos Ligas, Un Programa y Dos Etapas

El programa de televisión Quieto en Primera cubre el acontecer deportivo del mundo del beisbol, el cual para los venezolanos tiene principal interés en dos ligas profesionales de beisbol: la Liga Venezolana de Beisbol Profesional y el beisbol de la grandes ligas Major League Beisbol. La primera tiene lugar en Venezuela entre los meses de octubre y febrero; la segunda se desarrolla en los Estados Unidos de América entre los meses de marzo y octubre.

Para los venezolanos, ambas competiciones son de gran importancia debido a que el beisbol es uno de los pasatiempos preferidos de los venezolanos. En Venezuela existe una de la ligas profesionales de beisbol de mayor nivel del mundo, a la par de las ligas de México, Puerto Rico y República Dominicana, todas parte de la Confederación de Beisbol del Caribe, las cuales son sólo superadas por el beisbol de las grandes ligas y el beisbol del Japón.

La Liga Venezolana de Beisbol Profesional es una gran cantera de figuras que se desarrollan en el país y que principalmente alcanzan su madurez como deportistas en el beisbol de los Estados Unidos de América. Es por ello que Quieto en Primera basa su cobertura en estos dos eventos.

De esta manera, Quieto en Primera, diferencia sus contenidos entre el beisbol de Venezuela y el de grandes ligas, en dos etapas definidas tanto en la fuente de las informaciones como en periodos temporales definidos.

Entre diciembre de 2003 y Febrero de 2004, Quieto en Primera tuvo su primera temporada al aire, la cual correspondió al beisbol de

Venezuela. Actualmente, el programa se encuentra en la preproducción para la etapa correspondiente a las grandes ligas la cual será transmitida, según informaciones de la productora del programa Noia Studio, a partir del inicio de la Temporada 2005 de Major League Baseball. La producción de esta última etapa se realizará sobre la base de los resultados de este trabajo de grado. Es prudente considerar que durante el mes de octubre, mes final de las grandes ligas y primer mes de la temporada de beisbol en Venezuela, los contenidos del programa solaparán informaciones sobre ambos torneos, para así, dedicarse al beisbol venezolano de manera exclusiva a partir de noviembre de 2004 y hasta el final de la campaña en febrero de 2005.

En los próximos dos apartados se explicarán los detalles de cada una de estas etapas dentro de Quieto en Primera, de manera que el lector comprenda un poco más las condiciones que afectan la producción del programa y la razón de presentarlo de manera diferenciada dentro de estos dos periodos, sin perder la esencia del mismo, expresada en sus objetivos comunicacionales.

3.3.1. Quieto En Primera: Etapa Liga Venezolana de Beisbol Profesional

> Periodo comprendido entre octubre y febrero que cubre la temporada de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional. Se fundamenta en presentar informaciones y análisis sobre los hechos noticiosos ocurridos en el beisbol local, darle tribuna a todos aquellos relacionados con la comunidad del beisbol en Venezuela, prestar especial atención en la perspectiva de los peloteros y fanáticos con presencia en los estadios del país, en el terreno de juego y en las tribunas, promover y promocionar actividades que forman parte del fenómeno del beisbol pero que están fuera del terreno de juego. La totalidad de los contenidos son producidos por Noia Studio. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 17)

Todos los años entre los meses de octubre y febrero se lleva a cabo la temporada del beisbol criollo, la cual es considerada la gran fiesta de los venezolanos. El beisbol en Venezuela trasciende el deporte; es el fenómeno económico, político y social de mayor importancia en el país. Hay quienes sostienen que durante los meses de beisbol el venezolano se olvida de sus preocupaciones y sólo piensa en este deporte.

La cobertura de Quieto en Primera durante la temporada de beisbol venezolano se ha conceptualizado como medio para comunicar, una vez por semana, todo en cuanto a este fenómeno se refiere. Como ya se ha comentado, los cuatro objetivos comunicacionales del programa de televisión son: entretener, informar, analizar y sensibilizar, los cuales se alcanzan durante esta etapa con el tratamiento de la información directamente desde su fuente.

La producción de Quieto en Primera tiene en la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional la oportunidad de cubrir este deporte

desde el mismo lugar de los acontecimientos: los estadios. La producción del programa ha identificado que el beisbol en Venezuela es mucho más que deporte y hace especial hincapié en resaltar los valores que hacen del venezolano un ser de beisbol y al beisbol un deporte de los venezolanos. Entonces, la estrategia de producción busca satisfacer la necesidad de comunicar tanto los resultados y noticias provenientes del desarrollo de la temporada, como el sentimiento simbiótico entre este deporte y sus fanáticos. Para ello la cobertura del programa en el terreno de juego, en las gradas y tribunas, en las calles y en los hogares, en fin, en cualquier lugar donde se viva la emoción del beisbol.

Aún cuando se hace cobertura de beisbol sobre todos los equipos participantes del campeonato, la producción tiene como base la ciudad de Caracas donde se encuentra el Estadio Universitario, sede de los Leones del Caracas y de los Tiburones de La Guaira; esto permite, entre otras cosas, que durante la temporada de beisbol se realicen encuentros casi todos los días. De esta manera, los otros seis equipos de la liga se rotan en visita a la capital. Esta facilidad hizo posible que durante la temporada 2003 – 2004 el programa se produjese en más de un 95 % en Caracas, viajando al interior del país en sólo dos ocasiones: el primer encuentro entre Caracas y Magallanes en la ciudad de Valencia y la final del campeonato entre Caribes de Oriente y Tigres de Aragua en Maracay.

3.3.2. Quieto en Primera: Etapa Major League Baseball

> Periodo que va desde abril hasta octubre y que cubre la temporada de beisbol de Grandes Ligas en los Estados Unidos de América. Además de la cobertura noticiosa sobre las Grandes Ligas se hace especial hincapié en la actuación de los jugadores venezolanos. La estructura del programa no se limita a lo sucedido en la Gran Carpa sino que se equilibra con acontecimientos, secciones y personalidades que muestran como se vive el beisbol más importante del mundo dentro de nuestras fronteras. La mayor parte de los contenidos informativos se obtienen directamente de señal satelital transmitida por canales norteamericanos y se editan para cumplir con los estándares de información de Quieto en Primera. (Noia Studio, Plan de Negocios Quieto en Primera, 2004, p. 22)

Esta etapa se diferencia con respecto a la de la Liga Venezolana de Beisbol profesional en varios aspectos. La primera resulta un poco obvia y trata sobre la obtención de las noticias e informaciones de segunda mano al no tener posibilidad la producción del programa de realizar el trabajo directamente desde la fuente en los Estados Unidos de América. A partir de esta condición de distancia física entre la producción y su fuente, se da la naturaleza del resto de las diferencias entre una etapa y otra.

Quieto en Primera en Grandes Ligas, tiene como reto adaptar los objetivos comunicacionales definidos para el programa con la limitación ya explicada. Se accede a la información a través de la cobertura de otros medios de comunicación y las imágenes referidas a la noticia se toman directamente de transmisiones en vivo, repeticiones o resúmenes hechos por cadenas de televisión de Estados Unidos de América vía satélite.

Las secciones del programa ya no son las mismas de la etapa de beisbol doméstico pero se crean nuevos segmentos o se adaptan los ya existentes. Sin embargo, el interés del venezolano en el beisbol de grandes ligas no se limita al seguimiento del desempeño de los equipos de esa liga, sino que se enfoca en la actuación de la gran cantera de jugadores de nuestro país que hacen carrera en el mejor beisbol del mundo. La pasión del beisbol de grandes ligas se vive en Venezuela con gran intensidad, en lo cotidiano de nuestras vidas, y la distancia geográfica entre nuestras fronteras y el lugar de los acontecimientos se estrecha gracias a la labor de los medios de comunicación que, como Quieto en Primera, conocen la responsabilidad de llevar a nuestro público lo más actual e importante de la gran carpa.

3.4. Enfoque Comunicacional de Quieto en Primera

La producción y comercialización del programa de televisión Quieto en Primera está a cargo de la empresa Noia Studio la cual ofrece, entre otros, servicios de producción independiente de contenidos audiovisuales para televisión.

Es así, como Noia Studio tiene total control sobre las estrategias de producción del programa, desde la conceptualización, planificación, grabación, postproducción hasta la distribución de los contenidos.

Para hacer que los objetivos comunicacionales coexistan en un programa de media hora de duración con frecuencia semanal, el equipo de producción de Quieto en Primera conformado por personal de Noia Studio ha diseñado un modelo comunicacional que fusiona distintos géneros periodísticos de manera amigable e intuitiva para el espectador,

presentando transiciones de contenidos de manera sutil agregando dinamismo a la información tratada.

El equipo de producción está conformado por periodistas y realizadores audiovisuales que hacen de Quieto en Primera un programa balanceado en cuanto a cobertura y tratamiento de noticias así como en lo relativo a estéticas comunicacionales, ritmos de montaje y estructura dinámica.

Quieto en Primera integra noticias de beisbol con análisis y entrevistas, pero no se queda en lo evidente del fenómeno del juego de pelota. Como ya se ha planteado en el apartado sobre los objetivos comunicacionales, específicamente el objetivo de sensibilizar, el programa busca mostrar aquello que hay fuera del terreno de juego, esas cosas que hacen de este deporte un modo de vida. Se exponen aquellos elementos que hacen que el espectador se identifique con sus ídolos y con los miembros de la comunidad del beisbol.

Todo esto lo logra Noia Studio a través de variadas secciones o segmentos cuya combinación hace que cada entrega del programa sea única y distintiva, lo cual responde a la adaptación de las estrategias empresariales y comunicacionales de Noia Studio, su enfoque y método el cual ha sido adaptado al programa de televisión.

3.4.1. Noia Studio: Enfoque y Método

Para entender completamente el enfoque comunicacional y la estrategia de producción de Quieto en Primera es importante adentrarse en las estrategias propias de la productora Noia Studio.

Las decisiones que han determinado el diseño de la producción del programa son reflejo o adaptación del enfoque y método de Noia Studio.

3.4.1.1.- Propuesta Organizacional

Noia Studio es una empresa de Estrategia de Negocios y Comunicaciones Integradas que ofrece servicios en distinta áreas de la comunicación social, los cuales capitaliza, fusionando distintas disciplinas o de manera diversificada dependiendo de la naturaleza de los clientes y proyectos. La empresa se vale de una red de recursos humanos y tecnológicos que amplían las opciones de quien contrata al no limitarse a la infraestructura y capital humano propio.

En esta línea de ideas, la misión de Noia Studio se define de la siguiente manera:

> Noia Studio es una empresa de Estrategia de Negocios y Comunicaciones Integradas orientada a optimizar el desarrollo de organizaciones e individuos con deseos de ser competitivos, dinámicos y productivos. Sintetizamos servicios en distintas áreas del conocimiento en función de entregar soluciones exitosas por medio de la razón, de la acción y de la creatividad. (Noia Studio, Plan de Negocios Noia Studio, 2003, p. 11)

Se puede agregar sobre lo ya expresado el valor que Noia Studio aporta a Sports & People en su desarrollo empresarial a través de la producción y comercialización de Quieto en Primera, así como la identificación mutua entre ambas organizaciones, ya que Noia Studio ve en el proyecto un medio de expresión comunicacional acorde con su cultura empresarial.

Aún más, la visión de Noia Studio contribuye a la conceptualización del programa como mecanismo motor a la consolidación de una comunidad del Beisbol en Venezuela.

La visión de Noia Studio, reza de la siguiente manera:

> Esperamos que el fluir libre y creativo de ideas y de acciones logre mediatizar un proceso racional de conocimiento hacia la trascendencia, de manera que los aportes de Noia Studio formen individuos y organizaciones capaces de desarrollarse y alcanzar sus metas gracias a la razón, a la acción y a la creatividad. (Noia Studio, Plan de Negocios Noia Studio, 2003, p. 11).

En la visión de Noia Studio se define con mayor detalle su cultura organizacional en función de sus valores, a partir de los cuales no sólo se establecen los lineamientos conceptuales que definen las estrategias de la empresa sino que salpicarán en Quieto en Primera, desde sus objetivos comunicacionales hasta la naturaleza propia de los esquemas de producción.

Del Plan de Negocios de Noia Studio se presentan sus valores:

Flujo

Fluir es el verbo esencial dentro de Noia Studio como organización. Se espera que el fluir libre y creativo de ideas y de acciones logre mediatizar un proceso racional de conocimiento hacia la trascendencia. El flujo es el combustible que nutre a Noia Studio, a través de éste se equilibra el uso del conocimiento y de la información, la instrumentalización de los procesos y la diferenciación de los resultados, es decir, la razón, la acción y la creatividad.

Razón

Facultad por la que se conocen y ordenan las experiencias, tendencias y conductas con relación a lo real. Noia Studio cree en la diversidad de pensamiento de los individuos y en el valor del conocimiento que cada individuo aporta al todo de una organización. La razón permite evaluar, planificar y medir todo cuanto es pertinente a las actividades de una empresa.

Creatividad

Es la capacidad de producir y componer contenidos mentales. Las ideas son el cauce natural por el cual fluye Noia Studio, éstas son, en definitiva lo que hace que los resultados de la organización sean competitivos y únicos. Se planifica, se actúa y se entregan soluciones creativas.

3.4.1.2.- Servicios y Unidades de Negocio

> El principal objetivo de Noia Studio es la integración de los objetivos de negocio de sus clientes con soluciones comunicacionales efectivas. Sin embargo, debido a la amplia cartera de servicios, éstos han sido agrupados en tres Unidades de Negocios. (Noia Studio, Plan de Negocios Noia Studio, 2003, p. 5)

Para ahorrar comentarios sobre la extensa oferta de servicios de Noia Studio y sólo ampliar los servicios de producción audiovisual, se hará referencia somera a las unidades de negocios y las actividades que comprenden.

Noia Studio establece como su rango de acción tres unidades de negocios: Estrategia, Media y Soporte. La primera se refiere a servicios donde las actividades son de orden conceptual y orientadas al establecimiento y definición de objetivos estratégicos. Los servicios se dividen en Gestión de Negocios (planificación estratégica de negocios en el campo comunicacional), Gestión de Marca (branding empresarial, de productos, de servicios y publicitario), y Gestión de Imagen y Comunicaciones (estrategias de comunicación y comunicación institucional).

La segunda unidad es Media donde residen servicios en distintas áreas del ejercicio de la comunicación: Producción Audiovisual, Diseño Gráfico e Impresos, Internet, Multimedia, Fotografía y Producción de Contenidos. Cada una de estas áreas comprende gran variedad de servicios que se venden independiente o conjuntamente de forma integral.

Por último está la unidad de Soporte que esta diseñada para aprovechar de manera óptima los recursos tecnológicos y humanos de la organización, prestando servicios de consultoría en nuevas tecnologías comunicacionales, adiestramiento y otros servicios específicos como digitalización y transferencia de media, entre otros.

Todas las unidades se complementan entre sí al asumir un proyecto y cada unidad se encarga de distintas actividades de consumo interno y orden administrativo dentro de Noia Studio.

Dentro de la unidad de Media, la sub unidad de Producción Audiovisual tiene especial peso dentro de esta investigación ya que, como resulta obvio, es la responsable de la producción del programa Quieto en Primera. La sub unidad de Producción Audiovisual esta en proceso de reingeniería debido a la magnitud de los proyectos que realiza desde hace

unos meses; es la primera sub unidad de Noia Studio que se independizará fuera de la estructura organizacional de la empresa. Sin embargo, se describirán los servicios que se comprenden dentro de ella en la actualidad.

Los servicios de Producción Audiovisual responden a la estrategia de ser comercializados por separado o de manera integral, lo cual es el objetivo principal. Los servicios mencionados son, en primer lugar, Estrategias de Producción que se entiende como actividades conceptuales donde se definen los pasos necesarios para afrontar un proyecto audiovisual con tino. Es definir la magnitud del proyecto y los recursos necesarios para su feliz termino. Están también los servicios de Producción Audiovisual que comprende la Preproducción y la Realización Audiovisual del Proyecto, con las características definidas desde el punto de vista estratégico. Por último, se ofrecen servicios de Postproducción donde se completan la piezas audiovisuales.

El proyecto Quieto en Primera, aún cuando es llevado por la unidad de Producción Audiovisual, se nutre de aportes de casi todas las unidades y sub unidades de Noia Studio. La empresa ha trabajado en la creación y posicionamiento de Quieto en Primera como marca, delineando sus estrategias clave, apoyando la producción audiovisual en trabajos fotográficos, multimedia y de diseño gráfico.

Punto y aparte, el programa Quieto en Primera posee una estrategia propia creada por Noia Studio para cuidar todos los aspectos referidos a un proyecto de tal magnitud, desde el *branding,* pasando por las consideraciones de producción, hasta las tareas de seguimiento y atención al mercado meta: el televidente.

3.4.1.3.- Enfoque Empresarial

El enfoque y la estrategia comunicacional y de producción de Quieto en Primera se fundamenta en la adaptación del método de Noia Studio, el cual se describirá detalladamente en el próximo apartado, a un método propio para el programa de televisión. Pero para comprender el método de Noia Studio se hace necesario verlo dentro de su contexto: el enfoque empresarial de la organización.

Los principales objetivos dentro de Noia Studio son la integración de soluciones comunicacionales con objetivos de negocios, la gestación de nuevas oportunidades de éxito (nuevos negocios relacionados con los proyectos que se atienden o la captación de clientes o proyectos referidos) y la autogestión (independencia) de las unidades y sub unidades de negocios. El enfoque de Noia Studio se presenta en cuatro pilares que marcan el camino que las estrategias específicas de la empresa deben seguir.

Diseño Estratégico

Se refiere a la adaptación de la red de recursos humanos y tecnológicos a entornos y condiciones particulares. Es la creación de planes de acción de acuerdo a las necesidades y magnitud de los proyectos y clientes.

Método

Es un conjunto de cinco fases que detallan pasos sistemáticos adaptables a cada orden de actividades de servicios externos y/o internos los cuales garantizan uniformidad en los procesos. Cuenta con las fases de Estudio, Planificación, Creación, Desarrollo y Seguimiento. La adaptación de estas fases es, como ya se ha comentado, la columna vertebral del programa de televisión Quieto en Primera.

Relaciones

Noia Studio es una red multidisciplinaria de recursos humanos y técnicos el cual se nutre con valiosos aliados y consultores externos que aportan dinamismo y flexibilidad a las actividades que realiza. Es por ello que Noia Studio está constantemente abierta a asociaciones que le permitan brindar un mejor servicio. Desde su primera etapa, Liga de Beisbol Profesional de Venezuela, Quieto en Primera ha contado con el apoyo y la participación de miembros de esta red de relaciones de Noia Studio, específicamente con la participación de Creavisión, productora audiovisual, con suministro de equipos y personal para la grabación de los contenidos.

Innovación

El Desarrollo y la Investigación son de suma importancia para Noia Studio; así se mantiene atento a los cambios en las dinámicas de negocio y las nuevas técnicas comunicacionales. Dentro de esta misma línea Noia Studio se esfuerza en buscar nuevas Oportunidades de Éxito para ser exploradas con sus clientes en calidad de socios. Por ejemplo, inicialmente el proyecto de programa de televisión buscó en Noia Studio asesoría en la conceptualización y comercialización de Quieto en Primera. Actualmente, Noia Studio es la productora audiovisual, y motor fundamental en llevar Quieto en Primera a su versión radial y de Internet.

3.4.1.4.- Descripción del Método Noia Studio

El objetivo de este trabajo de grado busca adaptar las estrategias de producción de la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional a la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera. La producción de la primera etapa diseñó un método de trabajo basado en los lineamientos generales de Noia Studio, el cual resulta punto de partida para la

consecución del objetivo principal. La descripción del método de Noia Studio es importante para comprender cómo se fue adaptando a una metodología propia para el programa de televisión en función de cumplir con sus objetivos comunicacionales.

El Método de Noia Studio consta de cinco fases adaptables a las condiciones y características de cada proyecto y/o cliente.

Fase de Estudio

Es un acercamiento real a las actividades y a la cultura de los clientes de Noia Studio. Cuenta con tres etapas: a) Investigación, que es el levantamiento de información sobre la propuesta y cultura organizacional del cliente así como el marco contextual del proyecto específico dentro de sus estrategias; b) Evaluación, donde se revisan los resultados de la investigación en función de resaltar fortalezas y oportunidades, y señalar amenazas y debilidades; y c) Recomendaciones, que comunica al cliente los correctivos necesarios para el desarrollo óptimo del proyecto. El resultado es un Documento Maestro que describe la realidad organizacional de quien contrata, y el lugar que éste ocupa en el entorno, lo que prepara a ambas partes para el feliz cumplimiento del servicio contratado.

El nivel de detalle de la fase de Estudio depende en cierta medida del tamaño e importancia del proyecto, así como de los recursos disponibles entre los que cuentan variables financieras, temporales y de cultura empresarial.

En el caso del programa de televisión Quieto en Primera, el estudio identificó los valores a transmitir, el objetivo de Sports & People de contribuir al fortalecimiento de una comunidad del beisbol y establecer el

reto de producir un programa de televisión de alta calidad con recursos financieros limitados.

Fase de Planificación

Se detalla la dinámica de trabajo, se establecen los objetivos y se distribuyen los recursos (personal, infraestructura y presupuesto inicial). Consta de dos fases: Propuesta Estratégica, donde se adaptan los procesos a las particularidades de quien contrata; y Planes Operativos que detallan el proceso. El resultado es un Plan Estratégico de Negocios.

Es aquí donde se determinó la estrategia básica de producción del programa partiendo de la declaración de los objetivos comunicacionales de entretener, informar, analizar y sensibilizar. También se identificó la necesidad de adaptar el método Noia Studio a un método particular para el proyecto, más acorde con la naturaleza de producción de un programa de beisbol de frecuencia semanal.

Fase de Creación

Se establecen las estrategias creativas para la creación de mensajes comunicacionales. Cuenta con cuatro etapas: Investigación Creativa, Tormentas de Ideas, Búsqueda de Referentes y Definición de Estrategias Creativas.

En el caso de proyectos comunicacionales, como Quieto en Primera, esta fase involucra intensamente al cliente en la determinación del camino a seguir desde el punto de vista estético, formal y creativo. Se definió que la etapa de Quieto en Primera tendría una estética sobria y elegante en la etapa de la Liga de Beisbol Profesional de Venezuela.

Fase de Desarrollo

Es la implementación de los proyectos. Se divide en: Desarrollo de Proyecto, Feedback y Presentación Final. Se ponen en acción los conceptos definidos en las fases anteriores a través de la implementación del plan operativo, y se presentan avances sobre el estatus del proyecto a los clientes con quienes se discuten posibles aportes que complementarán los resultados de las fases anteriores. Todo esto en conjunto garantiza la optimización de las dinámicas de trabajo hasta llegar a los resultados finales contratados.

En Quieto en Primera se optó por diseñar el modelo aplicable a proyectos audiovisuales de sus características. El proyecto consistió en proponer un método que fuese aplicado semana tras semana durante la duración de la temporada, el cual permitió ahorrar tiempo a la hora de producir los contenidos.

Fase de Seguimiento

Es la interacción constante con quien contrata y el control interno que garantiza un servicio de calidad. Está segmentado en: a) Control, en el cual se establecen puntos clave de revisión de los procesos; b) Soporte, administración de la forma cómo intervienen distintas unidades de negocio y la red de recursos humanos y tecnológicos de Noia Studio; c) Evaluación y Ajustes, que establece correctivos sobre la marcha de los proyectos; y c) Oportunidades de Éxito, que identifica nuevos negocios o amplía la gama de servicios que se le ofrece al cliente.

También, durante el seguimiento se monitorea la reacción de los mercados meta y consumidores a quien van dirigidos los mensajes.

La primera etapa de Quieto en Primera reinventó y mejoró la producción de los contenidos sobre la base de lo obtenido en las sub fases de control, soporte, evaluación y ajustes, y oportunidades de éxito.

En el siguiente punto se describirá como el método Noia Studio aplicado a Quieto en Primera dio como resultado una estrategia base para la producción del programa.

El estudio identificó los objetivos comunicacionales a transmitir, el objetivo de Sports & People de contribuir al fortalecimiento de una comunidad del beisbol y establecer el reto de producir un programa de televisión de alta calidad con recursos financieros limitados.

3.4.2..- Descripción Aplicación del Método a Quieto en Primera

El enfrentamiento del proyecto Quieto en Primera con el método de Noia Studio arrojó algunas conclusiones preliminares por parte de los ejecutivos y creativos de la productora, entre las cuales se mencionan con especial atención las siguientes:

En la fase de “Estudio”, se identificó el contexto en el cual está enmarcado el programa de televisión dentro de la estrategia de Sports & People de servir como medio de afianzamiento de la idea de promover la comunidad del beisbol en Venezuela, a través de los valores que se han traducido en objetivos comunicacionales.

La “Planificación” identificó los objetivos comunicacionales de entretener, informar, analizar y sensibilizar. Se tomó la decisión de adaptar el método genérico de Noia Studio a una metodología o sistema de actividades para la producción del programa de televisión. Se concluyó

en la intención de crear de Quieto en Primera una marca distintiva reconocible e influyente en el contexto de la comunicación de masas especializada en beisbol.

La fase de “Creación” determinó que la estética del programa debía ser limpia y elegante, en contraposición al lenguaje audiovisual poco cuidado que el equipo creativo percibió en los programas de beisbol que tradicionalmente se han transmitido en el país. También se estableció presentar gran diversidad de secciones para garantizar dinamismo en los contenidos y romper con la monotonía de una semana a otra. Por último, romper con la uniformidad formal de presentación de contenidos al darle cabida a distintas voces que cuenten una historia y de esta manera, transmitir distintos puntos de vista que reduzcan el protagonismo del conductor, Alfredo Villasmil Francheschi, entregándoselo a quien realmente lo merece: los fanáticos, los peloteros y todos quienes hacen del beisbol una cultura deportiva.

En el “Desarrollo” del proyecto se diseñó la metodología propia del programa en tres fases: Branding, Producción y Seguimiento, que serán explicadas en detalle más adelante, pero que en líneas generales, mantienen control sobre la idea de hacer de Quieto en Primera una marca distintiva, establecen modelo de producción sistemático pero flexible y mantienen una red de contacto con el público televidente.

Finalmente, en el “Seguimiento”, además de cumplir con las burocracias correspondientes a tal fase del método Noia Studio, específicamente en cuanto a puntos clave de control, se propuso ser muy flexible en aceptar la evolución propia del programa hasta alcanzar una “personalidad” madura. Adicionalmente, se definió arbitrariamente el nombre “Seguimiento” para referirse a una de la etapas definidas para

Quieto en Primera en el “Desarrollo”. Este Seguimiento se refiere al contacto entre la producción del programa y su público.

A continuación se comenta sobre las tres nuevas fases diseñadas por Noia Studio para llevar a cabo la producción del programa Quieto en Primera en la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional.

3.4.2.1.- Branding

Quieto en Primera parte de ciertos presupuestos conceptuales para hacer del programa de televisión una marca distintiva la cual se logra a través del ejercicio práctico de los objetivos comunicacionales definidos.

La fase de “Branding” ha sido diseñada como el músculo intelectual de la producción de Quieto en Primera en la cual se cuida que la manera de presentar los contenidos responda a los objetivos comunicacionales. Es el equivalente a la sub fase de “Estudio” dentro del método de Noia Studio y su naturaleza está ligada a gestiones de cultura organizacional adaptada a un programa de televisión.

Esta fase se presenta en dos niveles. El primero es de carácter intangible y está relacionado con la imagen y los valores que el programa comunica. El segundo, tiene que ver más con la pantalla del programa y es de orden estético y formal. Los dos niveles de la fase de “Branding” o “Gestión de Marca” dan como resultado la identidad de la marca Quieto en Primera.

Proyección de Imagen

Los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera son entretener, informar, analizar y sensibilizar; los cuales en conjunto, atribuyen al programa de televisión sus características y personalidad.

La búsqueda del equilibrio entre los cuatro objetivos comunicacionales crea el concepto del programa de televisión al determinar distintos aspectos y poner un conjunto de variables en juego. Recapitulando lo expresado en el apartado “Programa de Televisión Quieto en Primera”, se busca alcanzar la aplicación de los objetivos comunicacionales en cuanto a la imagen que se quiere transmitir; primero, con el compromiso de comunicar los objetivos se garantiza la presencia de gran diversidad de contenidos en cada entrega semanal. De esta manera se disminuyen las posibilidades de caer en ritmos tediosos o temas repetitivos, apoyándose en pluralidad de opiniones y puntos de vista, lo cual se logra dándole cabida a todos quienes conforman la comunidad del beisbol; logrando así proveer entretenimiento.

Segundo, la responsabilidad de informar de manera certera y oportuna hace del trabajo periodístico de Quieto en Primera la fuente que determina el camino de la escogencia de los contenidos producidos.

Tercero, el respeto por el televidente sirve como inspiración para analizar los hechos ocurridos dentro del beisbol fundamentados en las mejores bases informativas y presentando las opiniones de distintos actores con los cuales el fanático puede identificarse.

Por último, la identificación de aquellos elementos que trascienden la noticia y el deporte en sí mismos en función de comunicar una cultura que orbita alrededor del beisbol, contribuye a la sensibilización del

televidente respecto al hecho que el beisbol es parte activa de la vida e identidad del venezolano.

La Pantalla y su Identidad Gráfica

Es el segundo nivel de la fase de "Branding" y se refiere a la propuesta estético formal del programa. El equipo de producción de Noia Studio parte de la idea que la estética del programa debe ser tan distintiva como lo es su manejo de los contenidos. Durante la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, se trabajó en dos aspectos: propuesta gráfica y montaje.

En cuanto a la propuesta gráfica, se produjo un paquete de imágenes y grafismos limpios y elegantes, basados en *inserts* sencillos, presentación de secciones a través de la sucesión de fotografías fijas y al inicio, una presentación del programa rica en ritmo pero directa en cuanto a la imágenes seleccionadas.

El montaje se llevó a cabo de manera sencilla. La rítmica se estableció sobre la base del hilo musical de cada sección y fue fundamentalmente guiado por los contenidos y el enlace emocional que estos expresaban. Adicionalmente, buscó comunicar gran número de ideas en poco tiempo ya que en cada entrega del programa convivieron distintas secciones.

3.4.2.2.- Producción

Para Quieto en Primera en su etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional se trazó un modelo de producción acorde a la dinámica de un programa de beisbol semanal. Cada parte del modelo

propuesto y aplicado durante dicha etapa contribuye directamente con la intención de comunicar los objetivos comunicacionales.

Se empezó con la definición del equipo de producción y la repartición de funciones. El equipo de producción una vez armado llevó a cabo las tareas identificadas en una estrategia guía para la preproducción, producción y post producción de cada entrega semanal del programa.

Antes de detallar las funciones otorgadas a cada cargo dentro de la producción se presentará la ficha técnica del programa Quieto en Primera, la cual resume claramente las características del mismo.

Ficha Técnica del Programa

NOMBRE DEL PROGRAMA: Quieto en Primera.
TELEVISORA DE TRANSMISIÓN: TV Familia, Canal 69 UHF en el área metropolitana de Caracas.
CASA PRODUCTORA: Noia Studio (en nombre de Sports & People)
DURACIÓN: 21 minutos en tres negros de 7 minutos cada uno.
FRECUENCIA: Una vez por semana más repeticiones.
HORARIOS: Sábados 11:30 AM (estreno), Sábados 7:30 PM (primera repetición) y Lunes 9:30 PM (segunda repetición).
NÚMERO DE ENTREGAS: 14 entregas.
PRIMERA TRANSMISIÓN: 6 de Diciembre de 2003.
ÚLTIMA TRANSMISIÓN: 6 de Marzo de 2004.

Definición del Equipo de Producción

- PRODUCCIÓN EJECUTIVA: El productor ejecutivo de Quieto en Primera es el responsable del proyecto. Administra los recursos y es el encargado de la comercialización del programa.

- PRODUCTOR DEPORTIVO: Es el asesor periodístico del programa, da el visto bueno a las temáticas que son tratadas semana tras semana y cuyo desarrollo queda en manos del director y productor general.

- DIRECTOR Y PRODUCTOR GENERAL: Es quien define y cuida la forma en la cual los objetivos comunicacionales son transmitidos a través del manejo de los contenidos y el planteamiento estético formal que se ha definido. Toma las decisiones correspondientes a la escogencia de los temas tratados, a los entrevistados y a la selección de las imágenes que serán montadas durante la postproducción. Gerencia al equipo humano, establece los cronogramas y supervisa las actividades generales del proyecto.

- LIBRETISTA: La capacidad de improvisación y manejo del tema de Alfredo Villasmil Franceschi como conductor del programa permite que las funciones de libretista se limiten a esquematizar el orden de las informaciones que se difundirán y las dinámicas entre las secciones, identificando las ideas principales que deben ser transmitidas.

- ENLACE DE PRODUCCIÓN: Es un cargo *sui generis* que tiene diversas responsabilidades dentro de la producción. Valida los contenidos a través de la investigación de los temas tratados. Se encarga de las relaciones públicas del programa a un nivel operativo, dejando las relaciones ejecutivas al “Productor Ejecutivo”. Sostiene contacto directo con todos los entrevistados antes, durante y después de la producción de los segmentos, y es el encargado del desarrollo y mantenimiento de la base de datos de contactos. Durante la producción propiamente dicha, acompaña y supervisa a los camarógrafos cuando el director y productor se encuentra en otras funciones, con el fin de cuidar que el trabajo de producción mantenga los estándares de calidad acordes con la cobertura de beisbol, al aportar a los camarógrafos las indicaciones

correspondientes a la escogencia de jugadas o eventos de importancia a ser capturados por la cámara.

- ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: Ayudante general del proyecto. Ejerce actividades de asistencia a la producción ejecutiva, dirección y producción general. Realiza tareas que aminoran la carga de trabajo de los responsables de cada una de las áreas de producción.

- DIRECTOR DE POSTPRODUCCIÓN y MONTAJE: Supervisa el trabajo de edición, montaje y de la propuesta estética y visual. Es el responsable de la aplicación de los objetivos comunicacionales en la fase de postproducción. Dirige y asesora al editor en el empleo de las tecnologías disponibles más acertadas para la obtención de los mejores resultados. Establecer el montaje de la información es su principal responsabilidad.

- EDITOR: Lleva a cabo el aspecto técnico del montaje una vez pautado por el director de postproducción y montaje. Sus conocimientos se emplean más en el manejo de las tecnologías que en la definición de la duración, selección y ordenamiento de las informaciones.

- CÁMARAS Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL: En Quieto en Primera, el camarógrafo no se limita a la técnica en el uso de la cámara. Es dirigido por el director y productor general, más en cuanto al contenido de la tomas que a encuadres y composición, sobre los cuales tiene gran libertad siempre y cuando cumplan con los objetivos comunicacionales y la propuesta estética del programa.

Descripción de la Estrategia de Preproducción

Se basó en la identificación de tres variantes de producción de contenidos. Primero, cobertura periodística de encuentros y eventos especiales; segundo, producción de secciones atemporales que no

pierden vigencia entre su producción y salida al aire; y tercero, grabación del presentador en cámara , sus sonidos en *voice over* y *offs*.

Posteriormente, se establecieron los cronogramas de acuerdo a las visitas al Estadio Universitario en función de los partidos más importantes de cada semana o sobre la base de la cobertura de los eventos especiales como ruedas de prensa y otros. A partir de allí se hicieron las pautas para el conductor, Alfredo Villasmil Franceschi, invitados y entrevistados de las secciones dependiendo de las facilidades de producción en cuanto a la locación principal, la cual generalmente fue el Estadio Universitario de Caracas.

El último paso fue la determinación de los equipos de producción de cada variante de contenidos dependiendo de su complejidad.

La preproducción de las participaciones del conductor del programa gozó de sencillez en el sentido de la gran capacidad de improvisación de Alfredo Villasmil Franceschi, lo cual permitió que los libretos en el caso de las presentaciones del programa y de las secciones, los *voice overs* y los *offs*, fuesen meros esqueletos de libreto.

El director y productor general se reúne con el camarógrafo y realizador audiovisual así como con el director de postproducción para aclarar particularidades estéticas de acuerdo con los contenidos producidos. El equipo de postproducción planifica la producción de imágenes digitales y con la ayuda del enlace de producción y según las recomendaciones del asesor deportivo, recopilan imágenes del archivo de Quieto en Primera.

Finalmente, durante la preproducción el asistente y el enlace de producción se encargan de concretar las pautas con los entrevistados y

fanáticos, muchos de los cuales son contactos naturales del productor ejecutivo y del asesor deportivo. También investigan y recopilan información relacionada con los contenidos, los cuales son reportados al director, al productor general y al libretista.

Cabe destacar, que los contenidos de muchas secciones podía producirse semanas antes de su salida lo cual permitió trabajar su preproducción con mayor dedicación y holgura que aquellas informaciones que varían de semana a semana como noticias de vigencia temporal, resultados de los partidos, etc.

Descripción de la Estrategia de Producción

Como ya se comentó, se definieron tres variantes de producción de acuerdo a la vigencia de los contenidos y a la locación principal.

Para los contenidos referentes a informaciones de corta vigencia, simplemente se establecieron las pautas de transporte al Estadio donde el enlace de producción y el equipo de realización audiovisual se encargaban de documentar los eventos. Lo mismo ocurrió con la cobertura de eventos especiales.

La producción de la presencia en pantalla y sonido del conductor, se llevó a cabo en dos niveles. Primero, una vez determinado el momento de la semana en el cual existiese un equilibrio entre el desenvolvimiento de la noticia y las pautas de postproducción, se hacía una pauta con el talento en función de grabar con él en una sola sesión; es decir, las presentaciones en cámara y los sonidos de Alfredo Villasmil Franceschi estaban presentes durante la mayor parte de las secciones por lo cual la producción de imágenes y de contenidos debía estar avanzada para el momento de tal pauta. Por otro lado, la postproducción necesitó un

margen de tiempo promedio de 48 horas antes de la salida al aire para montar los sonidos y presencia del conductor, darle coherencia y ritmo a las informaciones y contenidos en la línea de tiempo, y pulir los detalles pendientes.

La producción de los sonidos de invitados y entrevistados se hizo generalmente durante una de la pautas definidas para la cobertura de encuentros en el Estadio. Mientras que la grabación de las secciones no noticiosas como “La Entrevista de la Semana” o “Los Entretelones del Beisbol” se producía en función de la grabación de entrevistas con los protagonistas del tema tratado, éstas se complementaban con la producción de imágenes de apoyo que ayudan a contar la historia. Finalmente, Alfredo Villasmil añade locuciones que integran la información. Las pautas de preproducción para estas secciones delineaban la importancia de realzar ciertas informaciones a través del diseño de las preguntas y la descripción del perfil de los fanáticos que serían consultados. Cualesquiera de los elementos de una misma historia podían producirse en pautas y locaciones distintas.

Descripción de la Estrategia de Post Producción

Si bien, tanto la etapa de preproducción como la de postproducción tienen su peso e importancia, la etapa más crítica, al menos en cuanto a los tiempos disponibles en relación a su complejidad, es la postproducción.

En esta etapa intervienen el director y productor general en la supervisión y aprobación de los resultados, el enlace y el asistente de producción en la selección y digitalización de la imágenes , el editor y el director de postproducción y montaje en el proceso mismo de concreción de la fase.

Como ya se comentó, el proceso de postproducción se inicia cuando el resto del equipo se encuentra en preproducción porque según las pautas que se definían, se iniciaba la búsqueda de imágenes en el archivo en función de conocer qué nuevas imágenes necesitaban ser producidas, así como adelantar el proceso de selección y tratamiento digital de las mismas.

Luego, en la medida en que nuevos contenidos eran producidos, comenzaba a montarse la historia a contar, la cual iba evolucionando con la contribución de nuevas grabaciones hasta contar con la locución e imagen del conductor.

Generalmente, el equipo de post producción tenía en su poder la totalidad de las imágenes y sonidos pocas horas antes de la entrega del programa a la televisora, razón que otorga a la postproducción la responsabilidad final por la terminación de un programa en poco tiempo.

La musicalización del programa fue uno de los elementos de mayor importancia durante la etapa de postproducción, ya que le otorgó a cada uno de los segmentos y secciones su humor propio realzando los contenidos producidos. También, dicho humor aportado por el hilo musical varió de un programa a otro con el fin de proveerles de cierta independencia.

La música guió la rítmica del montaje, la cual también dependió básicamente de la curva emocional propia de los contenidos y la responsabilidad de hacer cumplir los objetivos comunicacionales de entretener y sensibilizar, presentando informaciones y análisis de manera certera.

3.4.2.3.- Seguimiento

Cada una de las nuevas fases; “Branding”, “Producción” y “Seguimiento” fueron nombradas para uso interno de la producción y como ya se comentó, este último término es homónimo de una de las fases del método empresarial de Noia Studio. Sin embargo, debe quedar claro que se refieren a procesos distintos. “Seguimiento” en este caso, es el contacto directo entre la producción del programa y su público.

El grueso de la producción se llevó a cabo en el Estadio Universitario de Caracas donde tanto los fanáticos, peloteros, y otras figuras de la comunidad del beisbol intervinieron como entrevistados y significaron la esencia del programa. El equipo de Quieto en Primera mantuvo contacto con todos ellos, tomando sus datos, enviándoles avances noticiosos y la programación de las secciones vía Internet, comunicándose telefónicamente y haciéndoles saber en qué transmisiones y en qué horarios aparecerían dentro del programa.

En el caso de los peloteros y figuras como por ejemplo dueños de equipo, ejecutivos del beisbol y proveedores de servicio del Estadio, el seguimiento tuvo como fin darle dinamismo y estrechar las relaciones públicas.

Con los fanáticos se mantuvo la fidelidad al programa y estos respondieron positivamente atrayendo nuevos televidentes dentro de sus respectivas comunidades, ya que se interesaron por publicitar las entregas del programa en las cuales participaron. Como resultado la base de datos de contactos y de usuarios de los boletines de información de Quieto en Primera creció exponencialmente desde la primera transmisión del programa hasta el final de la primera temporada.

El mantenimiento de las relaciones, principalmente con los fanáticos, fue llevada por el enlace de producción del equipo, quien canalizó la retroalimentación de éstos e hizo llegar las sugerencias e inquietudes a los productores y ejecutivos.

En esta actividad de seguimiento se conformó poco a poco una comunidad de amigos y seguidores de Quieto en Primera, lo cual representa el resultado más tangible de los aportes que el programa hace una “comunidad del beisbol” en Venezuela, y permite monitorear directamente el éxito de comunicación de los objetivos comunicacionales y del “Branding” del proyecto.

CAPITULO IV: MARCO METODOLOGICO: EL RETO DE LA NUEVA ETAPA

4.1. Objetivo General y Objetivos Específicos

El objetivo general del presente trabajo de grado es adaptar las estrategias de producción de la etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, del programa de televisión Quieto en Primera a las necesidades de producción de la etapa de la temporada de Grandes Ligas.

Se propusieron los siguientes objetivos específicos:

• Describir la estrategia de producción utilizada en la realización de la etapa de la Temporada 2003 – 2004 del programa de televisión Quieto en Primera.

• Realizar Análisis situacional de la producción de la etapa de Grandes Ligas del programa de televisión Quieto en Primera, a fines de identificar las necesidades de producción.

• Diseñar de la estrategia de producción de la etapa de Grandes Ligas del programa de televisión Quieto en Primera sobre la base de las necesidades de producción previamente identificadas.

• Llevar a la práctica la estrategia de producción diseñada para la etapa de Grandes Ligas del programa de televisión Quieto en Primera a través de la producción de un "programa piloto".

En función con cumplir con el objetivo general presentado se escogió la utilización de una investigación exploratoria orientada a proporcionar elementos adicionales que clarifiquen áreas sobre las que existe un bajo nivel de conocimiento o que se basan en informaciones dispersas, como es el caso de los detalles de producción de la primera etapa de Quieto en Primera durante la Temporada 2003 –2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional. Las conclusiones de este estudio no son determinantes sino, más bien aproximaciones que permiten reconocer tendencias en las estrategias de producción utilizadas en el programa de televisión Quieto en Primera.

El diseño de la investigación utilizada fue no experimental, ya que las variables bajo estudio han sido observadas de manera no intrusiva y el enfoque de las indagaciones al respecto de la naturaleza de las dos etapas de producción del programa se realizaron con el fin de identificar explicaciones de cierta validez, con la observación directa y revisión de los procesos de producción en estudio.

4.2. Propuesta Metodológica

Para lograr la consecución de los objetivos presentados anteriormente, se propuso una secuencia de tareas que permitieron poder comparar ambas etapas y así poder determinar las necesidades de

producción del reto de realización audiovisual en Grandes Ligas. Con las necesidades de producción en mano, se contaron con todas las herramientas para la adaptación de las estrategias de producción de la Temporada 2003 –2004 del programa de televisión Quieto en Primera al diseño de la nueva estrategia, aplicable a la etapa de Grandes Ligas.

Finalmente, se propuso la producción de un “programa piloto”, el cual queda documentado en un libro de producción.

4.2.1. Análisis Situacional y Comparativo de las Etapas

Es el análisis de las dos etapas el cual se basó en la descripción de ellas en un lenguaje y método común que permitió reconocer sus naturalezas y compararlas en términos de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. En el caso de la etapa de Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional el análisis se describió a manera de revisión de lo realizado por el equipo de Noia Studio durante la primera temporada de Quieto en Primera. Para la nueva etapa de Grandes Ligas, el análisis situacional se hizo fundamentado en las consideraciones de producción previas que la rigen

Se adaptó el conocido método DAFO de planificación, popularizado por el Instituto de Investigación de Stanford en la década de los sesenta, a las dinámicas de la producción audiovisual.

4.2.2. Identificación de las Necesidades de Producción

Las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la producción de las dos etapas produjeron una matriz bases para la identificación de las necesidades de producción que debe afrontar la nueva etapa.

Esto pudo ser posible gracias al análisis de las matrices producto del método DAFO.

4.2.3. Diseño de la Estrategia de Producción de la Etapa "Major League Baseball"

Durante esta fase del método seleccionado se diseñó la estrategia a aplicar a la producción de la etapa de Grandes Ligas del programa Quieto en Primera, la cual partió de las necesidades de producción identificadas.

El Primer paso fue la declaración de una estrategia base constituida por tres niveles: Propuesta de Tratamiento, Propuesta Estética Formal y Propuesta Operativa.

En el primero de estos niveles se diseñaron las secciones correspondientes a la etapa de Grandes Ligas las cuales responden a los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera pero tomando en cuenta las variables añadidas por las necesidades de producción. Es el equivalente, en cuanto al tratamiento de los contenidos, a la fase de "*Branding*" del método Quieto en Primera diseñado por Noia Studio para la producción de la primera etapa.

En segundo término, la Propuesta Estética formal, definió los conceptos referentes a la forma cómo el programa debe presentarse en su nueva etapa. También tiene su origen en la fase de "*Branding*" de la producción de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional.

Por último, la propuesta operativa fue la elaboración de un manual de producción que indica con detalle la estrategia y metodología de producción que debe seguirse para la realización audiovisual del programa Quieto en Primera en su etapa de Grandes Ligas, cumpliendo con el compromiso de transmitir sus objetivos comunicacionales y resolviendo parte de las necesidades de producción indicadas.

4.2.4. Libro de Producción del "Programa Piloto"

La expresión tangible de la aplicación de la estrategia de producción definida para la etapa de Grandes Ligas fue la producción de un "programa piloto" en las condiciones más cercanas a la realidad.

El libro de producción del "piloto" describe la preproducción, producción y postproducción del mismo, así como documenta las actividades específicas completadas durante su realización.

CAPITULO V. DISCUSION DE RESULTADOS: ESTRATEGIAS DE PRODUCCION DEL PROGRAMA QUIETO EN PRIMERA EN LA ETAPA DE GRANDES LIGAS

5.1. Etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional vs. Etapa de *Grandes Ligas*

El análisis situacional y comparativo de las dos etapas basado en debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades requirió comprender la naturaleza de cada una de ellas en función de sus esquemas de producción. De allí nació la necesidad de describir los procesos correspondientes identificando sus características y variables que las afectan.

La descripción de la primera etapa correspondiente a la producción del programa Quieto en Primera, durante la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, se realizó a manera de recuento de los logros obtenidos por la producción de Noia Studio durante tal período.

En el caso de la nueva etapa de Grandes Ligas, hubo un acercamiento a las posibles variables y consideraciones que su producción podría tener.

5.1.1. Quieto en Primera en la Etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional

Como ya sabemos, la primera etapa del programa de televisión Quieto en Primera comprendió la producción de contenidos sobre el desenvolvimiento de la, para entonces en desarrollo, Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional.

La producción de esta etapa realizó 14 programas que salieron al aire desde el primer fin semana de diciembre de 2003, el día sábado 6 de diciembre. La producción se extendió hasta la segunda semana de marzo de 2004, cuando salió al aire el último programa de esa temporada. Fue un período de evolución de la identidad del programa donde el diseño final de las secciones ocurrió sobre la marcha, pero conservando los preceptos definidos por la estrategia original propuesta por la productora Noia Studio, la cual identificó los cuatro objetivos comunicacionales de "entretener, informar, analizar y sensibilizar."

Si bien la producción de la etapa se realizó bajo la propuesta de Noia Studio de adaptar su método empresarial a un método propio para Quieto en Primera, sintetizado en tres fases ("*Branding*, Producción y Seguimiento"), para efectos de identificar las necesidades o problemas de producción que afectaron a esa etapa, se hizo la revisión de este periodo en términos de "Tratamiento de Contenidos, Planteamiento Estético Formal y Metodología de Producción".

5.1.1.1. Tratamiento de Contenidos

Las secciones que formaron parte de la primera etapa del programa Quieto en Primera fueron creadas en función de reflejar y transmitir los objetivos comunicacionales de la producción.

Se diseñó una estructura de contenidos que consiste en secciones fijas (que se repiten en todas las entregas del programa) y secciones itinerantes (que entran y salen de la estructura en cada nuevo programa). Esto produjo un programa dinámico y flexible en cuanto a sus contenidos, permitiendo al equipo de producción realizar su trabajo con cierto margen de libertad sin estar sujetos rígidamente a los acontecimientos noticiosos en desarrollo durante la semana de producción antes de la transmisión.

En general, el tratamiento de los contenidos dentro de las secciones pudo ser caracterizado dentro de cuatro categorías principales: informativas y de actualidad, en el caso de manifestar el objetivos comunicacional de “informar”, analíticas y de investigación sobre la base del objetivos de “analizar”, de variedades respondiendo a lo establecido en el objetivo de “entretener”; y por último, semblanzas de personajes donde se expresa el objetivo comunicacional de “sensibilizar”.

Adicionalmente, la etapa contó con la participación de diversos invitados y entrevistados que aportaron pluralidad de puntos de vista, los cuales se intercalaron dentro de los contenidos haciendo el programa más dinámico al alternar la presencia del presentador Alfredo Villasmil Franceschi con otros miembros de la “comunidad del beisbol”.

Secciones Fijas

- COBERTURA DE LA SEMANA: Segmento noticioso que resume los resultados de mayor trascendencia durante la semana y presenta un pequeño análisis sobre la importancia de los próximos encuentros. Cumple con los objetivos comunicacionales de “informar y analizar”.

- EL CLUB DE LAS CARAS BONITAS: El Club de las Caras Bonitas está concebido como una vitrina que demuestra que el fenómeno del beisbol es mucho más que un deporte reservado al público masculino.

El Club de las Caras Bonitas está conformado por muchachas hermosas y frescas fanáticas del beisbol. Los objetivos comunicacional base para su diseño fue el de “entretener” con lo vistoso de la sección y “sensibilizar” sobre la creciente presencia de público femenino en los estadios.

- LA ENTREVISTA DE LA SEMANA: Es el segmento más humano. Son entrevistas a un pelotero en especial quien nos habla sobre sus pasiones, profesionalismo, motivaciones, familia y todas aquellas cosas que lo hacen un ser integral más allá de un ídolo deportivo. Posee un poco de cada uno de los cuatro objetivos comunicacionales.

- NOTAS DE PRIMERA: Espacio de reseñas noticiosas sobre beisbol. Son píldoras informativas que mantienen la actualidad dentro del programa. “Informar” es su principal objetivo aunque se añaden análisis y entrevistas que complementan los contenidos.

Secciones Itinerantes

- TEMA DE LA SEMANA: Análisis de equipos, eventos y/o encuentros que tienen una importancia informativa especial y de actualidad, por ejemplo las razones que hacen que un equipo logre la clasificación a las finales.

- ENTRETELONES DEL BEISBOL: Muestra actividades, personalidades y/o eventos que si bien no forman parte de un encuentro de beisbol promueven la “Comunidad” de este deporte y exponen lo que hay detrás del juego, son todos aquellos elementos que hacen del juego un espectáculo de entretenimiento integral. “Informa, sensibiliza y entretiene”.

- LA COMUNIDAD DEL BEISBOL: Entrevistas a personalidades relacionadas con el beisbol que muestran su perspectiva y análisis sobre

este deporte o eventos relacionados. Se muestra lo que hacen los peloteros fuera del campo para contribuir con su comunidades, análisis de periodistas especializados, actividades de integración entre los miembros de la “Comunidad del Beisbol”, y más. Es una sección sensible, humana y dinámica

- PROTAGONISTAS DE TRIBUNA: Es una sección que cumple con todos los objetivos comunicacionales donde se muestran aquellos fanáticos y personas relacionadas con el beisbol que sobresalen en su manera de vivir la pasión del deporte. Básicamente se desarrolla en el estadio y se les brinda la oportunidad de expresar su visión sobre sus equipos de preferencia, jugadores favoritos o el beisbol en general.

- LA CLÍNICA DE LA SEMANA: Segmento donde los peloteros y expertos de beisbol enseñan los secretos que los hacen grandes deportistas. Esta sección acerca a los jugadores a sus fanáticos promoviendo su integración.

- LA FIEBRE DEL BEISBOL: Es un paseo por las tribunas donde los fanáticos demuestran toda su emoción al momento de ver un juego del beisbol. Pretende “entretener” y “sensibilizar” mostrando la perspectiva los asistentes al estadio.

Estructura de Contenidos

Como ya se ha comentado, la estructura de contenidos del programa de televisión Quieto en Primera en su etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional equilibró las secciones presentadas con el fin de transmitir los objetivos comunicacionales de “entretener, informar, analizar y sensibilizar” de manera balanceada. Adicionalmente la estructura de contenidos presenta las secciones en dos niveles: Fijas e Itinerantes.

La producción de la primera temporada de Quieto en Primera no estableció en su planificación previa la distinción de estas secciones en fijas o itinerantes. Mas bien esto sucedió paulatinamente al identificar el peso y aceptación de algunas de ellas, así como la naturaleza y factibilidad de producción semanalmente.

Finalmente, en la producción de los últimos seis programas de la etapa, la estructura de contenidos definió cuatro secciones fijas: Resumen Semanal, El Club de las Caras Bonitas, La Entrevista de la Semana y Notas de Primera, las cuales se habían repetido en todas las entregas anteriores y fueron las más representativas de los objetivos comunicacionales.

El resto de las secciones quedaron sin presencia fija dentro del programa. No rigió un esquema de enroque entre ellas (definición de qué sección sustituye a otra), posición dentro de los negros o duraciones específicas.

Lo único que quedó definido fue un esquema de naturalezas de contenidos para cada negro donde el primero de ellos quedó reservado para un tono esencialmente informativo y analítico, el segundo de variedades y el tercero humano y sensible. Como complemento, se estableció que la duración de la presentación del programa fuese de 15 segundos, seguido de 45 segundos de *preview* (adelanto de las secciones), y una introducción reflexiva de 30 a 45 segundos más. En los últimos programas también se experimentó con un nuevo segmento de interacción con el público pensado para la etapa de Grandes Ligas: Tiros a Primera, lectura de cartas de los fanáticos enviadas a la producción del programa.

Así, las únicas secciones en la que se definió su posición dentro del programa fueron: el Resumen Semanal en el primer negro, luego de la presentación e introducción, El Club de las Caras Bonitas en la mitad del segundo negro, La Entrevista de la Semana, al inicio del tercer negro y Notas de Primera como "comodín" al final del segundo negro o al final del tercero antes de la despedida y los créditos.

5.1.1.5. Planteamiento Estético Formal

Una de la primeras variables que se identificaron durante el periodo de producción de la nueva etapa fue la distinción de marca de Quieto en Primera la cual tuvo como fundamento la aplicación de los objetivos comunicacionales al tratamiento de los contenidos recién explicados.

Sin embargo, estos contenidos se acompañaron de un planteamiento de proyección de una imagen e identidad gráfica coherente con los objetivos definidos y diferenciador en la manera de presentar las informaciones.

La primera decisión fue referente al conductor Alfredo Villasmil Franceschi donde se estableció que este debía exhibir una imagen clásica y formal con el fin de reforzar su credibilidad y no alejarse de los estándares de presentación de programa deportivos de beisbol, donde el periodista contrasta con el entorno "informal" en el cual se desenvuelve: el terreno de juego con jugadores uniformados deportivamente. También, la vestimenta formal del conductor ayudaría a disminuir el peso de las imágenes debido a su corpulencia. En cuanto al lenguaje usado por Alfredo Villasmil se dictaminó que sería coloquial y sencillo, sin excederse técnicamente en función del *target*, que aunque, informalmente definido, se describió como familiar no especializado.

El paquete gráfico del programa fue muy sencillo. La presentación inicial del programa se diseñó con una estética actual con el uso de filtros que simularon negativos fotográficos pero con la escogencia de íconos fácilmente reconocibles y vinculables con el beisbol. La presentación de secciones estuvo dada por la sucesión de imágenes fijas también icónicas del tema beisbol. Se utilizó el color negro como *leit motiv* por su cualidad neutral, sobriedad y fácil combinación.

Se escogió una banda sonora particular para las presentaciones del programa, tanto para inicial como para las secciones específicas con el fin de que estas fuesen identificables no sólo por su paquete gráfico, sino por su sonido.

Las decisiones respecto a los encuadres y emplazamientos de cámara tuvieron la finalidad de acercar al espectador a las vivencias del estadio. En primer lugar se quiso trasladar presentar ángulos de juego poco convencionales en el sentido de transmitir la sensación de encontrarse dentro del terreno de juego o al menos mostrar la perspectiva de los jugadores en el *dogout.* Por otro lado, se pretendió ofrecer a los televidentes el punto de vista y ángulo que los fanáticos tienen desde las tribunas.

Por último, las consideraciones para postproducción definieron un programa rico en ritmos de montaje sustentadores de los contenidos producidos y de los objetivos a comunicar. La escogencia, ordenación y duración de las imágenes respondió, en algunos casos, a las curvas emocionales dadas por los contenidos en sí mismos, y en otras ocasiones el montaje se dio según el hilo musical seleccionado para las secciones.

5.1.1.6. Descripción Operacional

La producción de la primera temporada de Quieto en Primera, entre diciembre de 2003 y marzo de 2004, fue un periodo de adaptación del equipo de producción de Noia Studio a la realidad de enfrentarse por primera vez a la realización audiovisual de un programa semanal.

Se puede describir esta experiencia en dos niveles, el primero referente a las características generales del proyecto, y el segundo explica como se afrontó la preproducción, la producción y la postproducción.

Nivel General

La producción se llevó a cabo con la aplicación de la estrategia diseñada por Noia Studio a través de la adaptación de su método empresarial de trabajo a las particularidades del proyecto de programa de televisión Quieto en Primera.

Los primeros esfuerzos que se realizaron a finales de septiembre de 2003 durante un período de negociaciones para la transmisión y comercialización del programa con un canal de televisión regional de la ciudad de Caracas. Durante ese primer periodo sólo se avanzó en la aplicación del "método Noia Studio" al proyecto de programa, se identificaron los objetivos comunicacionales y se diseñaron las primeras secciones, llegando sólo hasta un nivel de tratamiento de contenidos. Tales negociaciones fueron lentas e infructíferas para las dos partes lo que retrasó la primera transmisión programada de manera indefinida.

A principios del mes de Noviembre del mismo año comenzó la producción de campo del programa con el fin de recopilar imágenes que sirvieran para la eventual salida al aire de la primera temporada. Desde el punto de vista estratégico comenzó a definirse la identidad del programa

desde una perspectiva conceptual. Se creó el primer modelo de producción en términos de “Branding, Producción y Seguimiento”. Se abandonaron las negociaciones con el canal de televisión donde originalmente estaba programado el estreno de la temporada y se iniciaron las negociaciones con TV Familia. Se estableció la salida al aire del estreno para el primer fin de semana después del juego de las estrellas, que se realizó los primeros días de diciembre.

El primer programa salió al aire el sábado 6 de diciembre de 2004 dando inicio a la primera etapa de Quieto en Primera la cual extendió hasta el primer fin de semana del mes de marzo de 2004 luego de 14 entregas semanales.

La identidad del programa, así como las dinámicas de producción evolucionaron de semana en semana de acuerdo con la maduración y ganancia en experiencias del equipo de producción. Se puede acotar que en general los procesos de preproducción, producción y postproducción se llevaron a cabo de manera intuitiva sobre la base de una planificación básica dada por la estrategia diseñada por Noia Studio.

Nivel Específico: Preproducción

Debido a la incertidumbre respecto al estreno del primer programa de la etapa debido a un largo y difícil proceso de negociaciones con los potenciales canales transmisores, el periodo de preproducción de la etapa se limitó, como ya se ha expresado, a la identificación de los objetivos comunicacionales, diseño de la estrategia básica y la definición de la estética general del programa, pero en general la preproducción careció de una planificación detallada de los procesos necesarios para la producción. Al momento de la confirmación sobre la salida al aire, la preproducción tanto de la temporada como del primer programa se llevó a cabo de manera apresurada y escasa, sin definición de un *target*

específico solo tomando al público “familiar” natural del canal de televisión que realizó las transmisiones.

Los objetivos comunicacionales de “entretener, informar, analizar y sensibilizar” sirvieron de punto de partida para definir los conceptos explotables en el tratamiento de las informaciones, así como el reconocimiento de un nicho poco explorado de integración balanceada de contenidos que fomentan la consolidación de la “Comunidad del Beisbol” y el propósito de producir un programa que sirva de tribuna abierta para todos sus integrantes. Fue importante durante los primeros acercamientos conceptuales definir que Quieto en Primera debía trabajar en crear una marca distintiva en la cobertura de beisbol y vincularla con la promoción de dicha “comunidad”.

Los recursos limitados (humanos, técnicos y financieros) con que se contaron condicionaron las decisiones en cuanto a libertades de producción y predefinieron un esquema altamente creativo con el fin de optimizar resultados con la menor inversión. Esta variable se mantuvo durante toda la temporada.

Desde el comienzo era conocido el valor de contar con la participación de Alfredo Villasmil Franceschi como conductor del programa y asesor deportivo lo cual facilitó parte de los procesos ya que la escogencia de los temas a tratar y el curso de las investigaciones previas fueron pautadas por la misma persona que realizó las locuciones y presentación de los segmentos.

Durante las primeras grabaciones, antes de la salida al aire del primer programa, se evidenció que la redacción de libretos rígidos carecía de practicidad, en parte por la inexperiencia del conductor y equipo de producción en televisión como por la personalidad misma de Alfredo

Villasmil Franceschi, jovial y de gran inventiva como también rapidez mental, concluyéndose que el método más eficaz para la grabación de sus participaciones en cámara sería la redacción de un libreto referencial reflejo de los esqueletos de la estructura de contenidos de cada programa.

La preproducción general de los segmentos y secciones se realizó de manera rápida y sin mayores complicaciones ya que Alfredo Villasmil Franceschi, en su función de asesor deportivo, utilizó su gran cartera de contactos y relaciones en el medio de la industria del beisbol profesional en Venezuela para introducir al equipo de producción en el “medio”.

La distinción de marca propuesta como guía para Quieto en Primera con respecto a otros programas del género se basó no sólo en predefinir el tratamiento de los contenidos, sino en elementos como una propuesta estética formal con encuadres y emplazamientos poco utilizados en programas de similares características, un paquete gráfico de interés y ritmos de montaje dinámicos y entretenidos. Dentro de la misma tónica se estableció un manejo de la imagen física de Alfredo Villasmil Franceschi clásica, con el fin de reforzar su credibilidad como experto de la materia.

También se identificó que debido a las limitaciones de producción esta debía limitarse a la ciudad de Caracas, específicamente el Estadio de la Ciudad Universitaria. Los costos de producción eran entonces dependiente del interés que podrían generar ambos equipos a lo largo de la temporada 2003 – 2004., ya que una desempeño deficiente de éstos forzaría la mudanza de la producción de campo a estadios del interior.

La preproducción de los contenidos de los programas contó con las siguientes tareas básicas: definición de la estructura de contenidos y

escogencia de los temas tratados, investigación documental, diseño de cronogramas de producción, asignación de recursos y responsabilidades, obtención de permisos y credenciales, redacción de libreto referencial y contacto inicial con entrevistados e invitados. Todas estas actividades no contaron con un modelo a seguir al estilo de un manual de producción.

Nivel Específico: Producción

La condiciones generales de producción de los programas de la primera etapa de Quieto en Primera fueron delimitadas por la preproducción. Durante la evolución de la temporada, se identificaron algunos aspectos que sumaron modificaciones a las estrategias originales concebidas previamente.

La producción de los programas se realizó casi exclusivamente en la ciudad de Caracas, solo con dos visitas del interior, al principio de la temporada y durante la serie final. La escasez de recursos también determinó equipos de producción básicos constituidos por un camarógrafo y un productor (enlace de producción) para la cobertura de los juegos y entrevistas de jugadores y fanáticos. A este equipo básico se añade otro productor para la producción de las grabaciones más complejas “La Clínica de la Semana” y las apariciones en cámara y locuciones del conductor. Este esquema limitó la acción del equipo de producción que debió cumplir con gran número de tareas para distintas secciones (entrevistas a jugadores, opiniones del público, etc.) dentro de una misma pauta de producción. Es decir, se contaba poco tiempo para completar cada tarea programada.

Aún cuando en los primeros programas de la temporada la imagen preestablecida para Alfredo Villasmil pudo ser controlada según lo establecido en preproducción, con el pasar de las semanas el conductor fue tomando más libertades e informalidades respecto a su apariencia

(crecimiento de barba y trajes menos formales) sin consulta previa con la producción del programa. Adicionalmente, la dinámica de las grabaciones en el terreno de juego hizo difícil corregir la variable de alta transpiración del presentador sobre todo en aquellos casos que la pautas de grabación con el talento fueron muy cortas debido a otros compromisos profesionales de Alfredo Villasmil Franceschi con otros medios de comunicación. Así, en diversas ocasiones, la presencia en cámara del conductor del programa no contó con la impecabilidad requerida.

De Alfredo Villasmil se puede añadir que su experticia y capacidad de improvisación, así como su carisma e inventiva dieron resultados ambivalentes ya que, por un lado las presentaciones de segmentos y locuciones improvisadas ahorró tiempo durante el proceso de grabación y aportó frescura a la información, pero muchas veces sus comentarios no tuvieron soporte en imágenes de apoyo o de archivo que las complementaran, lo cual, creo problemas y retrasos en la postproducción. Aún así, el dominio de los temas pudo quedar plasmado en cámara y se logró comunicarse credibilidad.

Las pautas de producción que tuvieron el como locación el estadio universitario generalmente se llevaron a cabo de la siguiente manera: al final de la tarde mientras los equipos realizan sus entrenamientos la pauta establecía entrevistas a jugadores y entrenadores, en el período comprendido entre los entrenamientos y el inicio del encuentro se reservó para la grabación en cámara de Alfredo Villasmil con sus locuciones básicas en *voice over*. En los primeros *innings* de los encuentros se grabaron las incidencias de los encuentros según lo establecido en las pautas las cuales tenían como prioridad cubrir las incidencias, realizar imágenes de apoyo para las entrevistas de jugadores entrevistados, clínicas, etc. Durante los *innings* intermedios se realizaron grabaciones desde las tribunas, presentando la visión y perspectiva de los fanáticos,

imágenes de éstos disfrutando del juego, etc. La pautas en el estadio se llevaron a cabo tres o cuatro veces por semana.

Otro tipo de pautas de producción se hicieron con el fin de obtener imágenes y sonidos relacionados con las secciones de variedades tales como “Protagonistas de Tribuna” y “Entretelones del Beisbol”, entre otras, las cuales no siempre tuvieron como escenario el Estadio Universitario de Caracas y requirieron traslados especiales a otras locaciones en horarios no coincidentes con los encuentros al menos una vez por semana.

Durante la producción de entrevistas y comentarios de los miembros de la “Comunidad del Beisbol” que cumplieron con la función de balancear la presencia del conductor del programa con la participación de distintos públicos, tradicionalmente poco considerados en programas de beisbol, como familiares de los peloteros, fanáticos, empresarios, periodistas de otros medios, etc., la producción del programa pudo identificar la gran receptividad de estos ante la idea de participar activamente en Quieto en Primera. La producción de estas contribuciones de la “comunidad” estableció una relación de intercambio entre el equipo de producción y los entrevistados, quienes mantenían gran avidez de contar sus propias historias y puntos de vista sobre el juego. Por ultimo estas producciones identificaron que existe un número de temas relacionados con el beisbol los cuales no han sido tratados en los medios de comunicación. De hecho, así surgieron las primeras ideas para el diseño de nuevas secciones que no estaban presentes antes del estreno del primer programa de la temporada. Se destaca la participación de mujeres y niños.

Hubo varias variables externas con las cuales el equipo de producción tuvo que enfrentarse, entre ellas puede mencionarse el temperamento variables de los jugadores de beisbol quienes se

comprometían a realizar actividades de grabación para el programa de televisión, pero que al momento de la pauta de grabación, no se encontraban en su mejor ánimo para tal fin y las pautas tenían que ser reprogramadas. También, las condiciones atmosféricas atentaron contra lo establecido en los cronograma de producción ya que los días de lluvia significaron el retraso general en la programación de actividades y tareas necesarias para la producción de contenidos para los programas. Eso puso a prueba la creatividad del equipo de producción quienes resolvieron la amenaza de no poder completar temáticas de interés ni suficientes imágenes antes de la postproducción. En muchos casos, se cubrieron acontecimientos que no estaban previamente pautados desde la preproducción ya que estos últimos no pudieron producirse a tiempo por causas externas.

Otro elemento en juego fue que Noia Studio realizó la producción de manera independiente al canal TV Familia, el cual, debido a su pequeño tamaño no contó con recursos de apoyo táctico o estratégico que apoyasen la producción del programa.

Nivel Específico Postproducción

La etapa de postproducción constó con distintos niveles en su dinámica de trabajo. Los primeros días de la semana se dio prioridad al montaje y edición de segmentos previamente producidos que saldrían al aire en el programa siguiente. En ese caso se comunicaba a la producción las imágenes faltantes que apoyasen estos segmentos los cuales eran de corte de variedades o entretenimiento sin depender de la actualidad de sus contenidos.

Cuando esa parte del trabajo era adelantada o se esperaba por la llegada del material bruto de otras secciones, el tiempo se aprovechó en

el desarrollo de la postproducción de otros segmentos ya producidos para programas futuros.

En la medida en que el equipo de producción completaba nuevos contenidos, estos se digitalizaron con la ayuda del “enlace de producción”. Entonces se iniciaba la selección y catalogación de lo digitalizado en función del programa de la semana o de programas futuros. Posteriormente, aún sin las locuciones necesaria para establecer montaje final se ordenaban las imágenes y sonidos de manera esquemática según el libreto referencial.

Finalmente, una vez completada la producción de la locución y todas las entrevistas se iniciaba el montaje final utilizando como premisa los objetivos comunicacionales y el balance de la presencia de pluralidad de puntos de vista. Adicionalmente, se tomaban en cuenta los conceptos de ritmo y estética predefinidos.

La musicalización de las secciones o segmentos, se plateó de dos maneras: la primera utilizaba una selección musical como base para los ritmos de montaje, y la segunda identificaba el “humor” de los contenidos para luego realzarlos con la música.

Algunos elementos que afectaron la dinámica de postproducción fueron: la improvisación de Alfredo Villasmil durante la grabación de los contenidos modificaba sustancialmente , en algunos casos, lo plasmado en el guión referencial base del montaje preliminar y la producción de las locuciones poco tiempo antes de la salida aire provocaron retrasos en la postproducción; la ausencia de un departamento de diseño gráfico dedicado al programa limitó las opciones de la postproducción en este aspecto más allá de las presentaciones de segmentos y secciones, coletillas, presentación y despedida, es decir, el paquete gráfico básico; el

hecho de la producción exclusiva de imágenes en Caracas creo un archivo de imágenes insuficientes en el caso de algunos equipos, como resultado, algunas ideas no pudieron ser complementadas con las imágenes adecuadas y se recurrió a la repetición de ellas durante la temporada; por último, la delimitación conceptual de una estética sobria y elegante definida para el paquete gráfico y el programa en general, limitaba también las opciones de postproducción que en algunos casos sintieron que las informaciones "pedían" más agresividad en ese aspecto.

5.1.1.7. Análisis Situacional

La revisión de la producción de la etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, permitió elaborar la siguiente análisis que compara las "debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades" afrontados durante este periodo en cuanto a la naturaleza de producción. A este análisis se incorporaron variables externas a la producción que representan amenazas y oportunidades.

Debilidades

- Recursos económicos limitados para la producción.
- Capacidad de producción limitada.
- Target no definido.
- Preproducción general de la temporada viciada de incertidumbre.
- Retraso en el estreno del primer programa de la temporada.
- Producción limitada a la ciudad de Caracas.
- Planificación escasa y poco detallada.
- Inexperiencia del equipo de producción y talento principal.
- Poco apoyo de producción del canal transmisor del programa.

- Simultaneidad de compromisos de talento principal con otros medios de comunicación durante las pautas de producción.
- Disminución gradual en la formalidad de la apariencia del talento principal.
- Gran número de tareas a completar por pauta de grabación.
- Cambios entre el libreto referencial y las locuciones improvisadas.
- Tiempos limitados para la completar el montaje final y postproducción

Amenazas

- Entorno país de alto riesgo e incertidumbre.
- Riesgo de suspensión de temporada de beisbol profesional a causa de potenciales conflictos laborales entre peloteros, liga y dueños de equipos.
- Condiciones atmosféricas desfavorables que atentan contra la consecución de las tareas de las pautas de producción.
- Temperamento variables de los jugadores profesionales.
- Costos de producción dependientes del desempeño de los equipos que juegan en Caracas.
- Responsabilidades del talento principal con otros medios de comunicación.

Fortalezas

- Equipo de producción creativo capaz de solucionar variables imprevistas.
- Propuesta comunicacional distintiva.
- Objetivos comunicacionales bien identificados y definidos dentro del diseño de las secciones.
- Balance en la participación del talento principal, entrevistados e invitados. Puntos de vista plurales.

- Talento principal y asesor deportivo con amplios conocimientos y experticia en el tema poseedor de una cartera de contactos de gran valor.
- Carisma y credibilidad del talento principal.
- Inventiva y capacidad de improvisación del talento principal que reduce los tiempos de grabación de las pautas de producción en las cuales participa.
- Participación de públicos poco tradicionales en el tratamiento del beisbol como mujeres, niños, empresarios, periodistas de otros medios y familiares de jugadores.

Oportunidades

- Gran motivación de los fanáticos del beisbol debido a la suspensión de la temporada 2002 – 2003 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional.
- Gran número de temáticas relacionadas con el beisbol que no han sido exploradas, como la promoción y fomento de la "Comunidad del Beisbol".
- Identificación de un nicho poco explotado que se relaciona directamente con los objetivos comunicacionales definidos para el programa.
- Miembros de la "Comunidad del Beisbol" con avidez y deseos de comunicar su visión sobre el deporte.

5.1.2. Quieto en Primera: Etapa de Grandes Ligas

Al finalizar la primera temporada del programa de televisión Quieto en Primera a principio de marzo de 2004, Noia Studio programó la eventual continuación de la producción de una segunda temporada que cubriese las incidencias del beisbol de las Grandes Ligas. Sin embargo, la

decisión de los ejecutivos de Noia Studio y de Quieto en Primera resolvió que la producción de dicha etapa quedaría suspendida indefinidamente hasta que ciertas condiciones de comercialización y de intercambio de divisas fuesen favorables y la inversión en recursos justificada. La decisión de no salir al aire durante la Temporada de Grandes Ligas 2004 no impidió que se desarrollase una estrategia que adaptase los logros Quieto en Primera durante la producción de su etapa de beisbol venezolano Temporada 2003 – 2004, dicha estrategia orientada a las Grandes Ligas es el objetivo de este trabajo de Grado.

El diseño de la nueva etapa de Grandes Ligas se planteó entonces como instrumento de optimización de los procesos de producción del programa con el reto de mantener la esencia definida por la aplicación de los objetivos comunicacionales, se añade la variable de producir un programa que cubre eventos en el extranjero sin salir de Caracas. Para el diseño de la producción de esta nueva temporada Noia Studio ofreció todo su apoyo técnico y financiero pero sin tomar riesgos basándose en el ambiente de inestabilidad e incertidumbre política de Venezuela en los últimos meses.

5.1.2.1. Descripción Previa de la Etapa

La temporada de Grandes Ligas *(Major League Baseball)* es el campeonato de beisbol de mayor jerarquía de los Estados Unidos y del mundo. Todos los años se desarrolla en el periodo comprendido entre los meses de abril a octubre. Cuenta con la participación de 30 equipos en 28 ciudades agrupados en dos ligas. Actualmente en las Grandes Ligas juegan peloteros de distintas nacionalidades entre las cuales, además de los estadounidenses, destacan jugadores latinoamericanos y asiáticos. Cada año la presencia de venezolanos aumenta significativamente.

Durante la etapa de Grandes Ligas, el programa de televisión Quieto en Primera debe mantener el tratamiento de los contenidos reflejos de los objetivos comunicacionales que lo hacer distintivo. Surgió el problema de que mientras en la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional los objetivos comunicacionales lograron plasmarse en los segmentos con la interacción entre los acontecimientos, quienes hicieron la noticia y quienes la presenciaron, en esta etapa de beisbol norteamericano la producción del programa se encuentra alejada de los estadios y del público de las Grandes Ligas.

Parte de las secciones quedaron obsoletas al cambiar el lugar de los acontecimientos de Venezuela a Estados Unidos, parte de las secciones perdieron su sentido al no tener acceso a los peloteros ni sus públicos en las tribunas y la comunicación de los objetivos comunicacionales quedó comprometida. He allí, el reto de la nueva etapa: la producción de Quieto en Primera bajo la premisa de mantener los objetivos comunicacionales en un campeonato de beisbol realizado fuera de Venezuela.

Las informaciones a tratar sobre las Grandes Ligas son diversa ya que, en primer lugar, este campeonato tienen un formato de dos etapas principales: “Temporada Regular”, que consta de 162 juegos realizados por cada uno de los 30 equipos, y “Postemporada”, donde los mejores 4 equipos de cada liga (Liga Nacional y Liga Americana) definen los dos representantes a la “Serie Mundial” que produce al campeón único de la temporada. Entonces se trata de una abundancia de informaciones y noticias producidas todos los días donde se realizan de 10 a 15 encuentros diarios entre abril y septiembre para que luego de tres semanas de postemporada en octubre se obtenga un campeón.

Adicionalmente, las Grandes Ligas viven un momento histórico en sentido de la participación como jugadores activos de figuras de altísimo renombre e importancia por el hecho de estar superando marcas y *records* con gran frecuencia produciendo noticias extraordinarias de manera continua durante los seis meses de “Temporada Regular”.

En el caso de los venezolanos, las Grandes Ligas resultan de especial interés no sólo por ser un campeonato de beisbol seguido y conocido de cerca mientras en Venezuela no hay beisbol profesional, sino por la gran afición de los venezolanos a variedad de equipos de liga mayor. Lo más significativo es que actualmente el número de jugadores criollos en la “gran carpa”, es abundante y de crecimiento exponencial. Actualmente el número de grande ligas nacionales supera el medio centenar de jugadores. Lo importante del caso es, como nunca antes en la historia, gran número de éstos venezolanos son considerados profesionales del beisbol de primera línea.

Los venezolanos en la Grandes Ligas son la gran noticia deportiva del día a día en nuestro y los fanáticos, aún alejados geográficamente de los estadios pueden realizar seguimiento de sus ídolos a través de los medios de comunicación nacionales o foráneos.

En función de la naturaleza de los posibles contenidos de la nueva etapa más informativos y específicos, el asesor deportivo del programa y el equipo de producción concluyeron que el consumidor final de temas de Grandes Ligas en Venezuela es más técnico y especializado. Así se predefinió un *target* más específico. Si entrar en detalles demográficos el *target* fue identificado como “público joven” en búsqueda de opciones de entretenimiento independientemente de su condición socioeconómica y cultural. Atacar el mercado “familiar” se mantiene pero con menor peso.

El haber limitado que la no cobertura de la noticia en los Estados Unidos si bien planteó que la se pierde control sobre ellas desde el punto de vista estético no significa un problema mayor al contar con la opción de grabar las transmisiones vía satélite de los partidos en directo y de resúmenes especializados en los cuales se sintetiza la información según su relevancia sino que garantiza la obtención de imágenes de gran calidad. Las disposiciones legales internacionales que restringen el uso de estas imágenes no afectan el género informativo de Quieto en Primera.[1] Para la captura de estas imágenes se contrataron servicios de televisión privada con canales especializados en deportes y con numerosas transmisiones de partidos de Grandes Ligas.

Internet, como medio de acceso "democrático" a la información se consideró de gran ayuda al centralizar lo más actualizado respecto al tema en cuestión, como proveedor de datos estadísticos que por otro medio resultarían de difícil acceso.

La producción de esta etapa de Quieto en Primera al no realizarse principalmente en los estadios, debe buscar solución para darle cabida a estos. Es decir, en la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional los miembros de la "comunidad del Beisbol" iban al estadio donde se centralizó la producción, en la nueva etapa la producción debe ir a los miembros de la comunidad. Esto presupuso que la participación en el programa de algunos miembros de la "comunidad" como el público femenino disminuye significativamente durante las Grandes Ligas. En general se sabía de antemano que los esfuerzos de producción los segmentos que se diseñasen serían los de mayor inversión en esfuerzos

[1] Según la legislación Estadounidense sobre Propiedad Intelectual (title 17) introduce una cláusula (Fair Use Act:Title 17, Chapter 1, Section 107) sobre le uso adecuado o leal del material protegido que permite se reproducción para los fines de críticas, comentarios, reportajes noticiosos, educación o investigación sin que ello sea una violación del derecho de autor.

y recursos al acercarse a los miembros de la “comunidad” en lugares directamente relacionados con ellos y no con el beisbol.

Finalmente para el diseño de la nueva etapa se contó con la variable de que el equipo de producción del programa posee ahora mayor experticia gerencial, creativa, gráfica y profesional en general.

5.1.2.3. Análisis Situacional

El análisis de las características previas de etapa de Grandes Ligas del programa de televisión Quieto en Primera arrojó los siguientes resultados.

Debilidades

- Producción limitada a la ciudad de Caracas lo que impide cubrir la fuente en los Estados Unidos.
- La producción del programa pierde el punto de encuentro natural con los miembros de la “Comunidad del Beisbol”: los estadios.
- Disminución de la participación en el programa de algunos miembros de la “comunidad” como el público femenino.
- Mayores esfuerzos de producción para la producción de segmentos que transmitan los objetivos comunicacionales a través de la participación de los miembros de la “Comunidad del Beisbol”.
- Edición y postproducción de mayor dedicación debido a la abundancia de información a comunicar.

Amenazas

- Entorno país de alto riesgo e incertidumbre.

- Historial conflictivo en las relaciones entre los jugadores, dueños de equipo y Comisionado el Beisbol que significa la potencial suspensión de la temporada
- Dependencia de la señal satelital y programación proveída por terceros.
- Condiciones atmosféricas que potencialmente pueden afectar la señal satelital
- Difícil acceso al dólar preferencial.

Fortalezas

- Acceso centralizado y continuo a la información a través de Internet y las cadenas de cable.
- Propuesta comunicacional distintiva.
- Reducción de los costos de producción de las imágenes de beisbol.
- Obtención de imágenes de alta calidad por medio de televisión satelital.
- Integración al entorno de los miembros de la “Comunidad del Beisbol”.
- Target definido.
- Incremento en la experticia profesional y comunicacional del equipo de producción.

Oportunidades

- Público más técnico y especializado.
- Definición de mercado meta hacia un público más joven.
- Selección previa de imágenes y noticias de importancia por los proveedores de televisión satelital.
- Género de programa informativo amparado legalmente para la retransmisión de imágenes producidas por terceros.
- Momento histórico en el beisbol de Grandes Ligas.

- Actuación de abundante número de venezolanos de primer nivel en el beisbol de Grandes Ligas

5.2. Nueva Etapa, Nuevas Necesidades

Tras el análisis situacional de las dos etapas, se obtuvo para cada una de ellas, características descritas en términos de "debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades" que demandaron acciones a tomar que aprovechen, mantengan y refuercen en el caso de las "oportunidades y fortalezas", y que establezcan correctivos o planes de contingencia en el caso de las "debilidades y amenazas".

Se determinó que con el fin de identificar las necesidades de producción del periodo de Grandes Ligas, estas acciones a tomar en cada etapa deben describirse de manera conjunta. Esto se debe a que el análisis situacional de lo realizado durante la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional fue una evaluación de un esquema de producción implementado, y el análisis de la nueva etapa se presentó como una descripción de los elementos con los que se cuentan para afrontar la adaptación de los objetivos comunicacionales a nuevos contenidos.

5.2.1. Análisis Situacional Conjunto

El análisis situacional de las dos etapas concluyó lo siguiente respecto a al nuevo periodo de producción de Quieto en Primera:

LIMITACIONES BÁSICAS: Se cuenta con una capacidad de producción restringida debido a presupuestos limitados y entorno país de alto riesgo e incertidumbre. La producción continuará realizándose exclusivamente en la ciudad de Caracas por la imposibilidad de viajar a los Estados Unidos a cubrir la temporada de Grandes Ligas.

VARIABLES EXTERNAS: EL entorno país inestable y de alto riesgo y acceso restringido a divisas preferenciales que condicionan las decisiones estratégicas. Las condiciones atmosféricas afectan la producción de contenidos en exteriores y la recepción de la señal satelital. En la etapa de Grandes Ligas ya no se depende de la actuación de equipos en particular ni de la adaptación de la pautas de producción a variaciones en el temperamento de los jugadores de beisbol. Se cuenta con el aval legal para la retransmisión parcial de contenidos noticiosos.

PLANIFICACIÓN: El diseño de la estrategia de la nueva etapa de Grandes Ligas debe corregir la precariedad de la planificación de los procesos experimentada durante la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional. Los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera deben mantenerse en la nueva etapa para conservar la distinción de “marca” lograda en la primera temporada, al atacar un nicho comunicacional poco explotado. La identificación de un *target* definido permite tomar decisiones más certeras, se orienta el tratamiento a un público joven y con conocimientos especializados de beisbol.

PRODUCCIÓN: Luego de la producción de la primera etapa, el equipo de producción cuenta con mayor experticia en el campo de la realización audiovisual, lo cual se demostró con la resolución de imprevistos de manera creativa. Aun así, se requieren de ciertas mejoras como mayor apoyo estratégico de aliados como el canal de televisión TV Familia y contratación de servicios de soporte gráfico. La cantidad de

información a procesar aumenta pero se cuenta con acceso centralizado a ella a través de Internet y de cadenas de televisión satelital especializadas, que concentran lo más selecto de las noticias. La densidad de tareas por pauta de producción en la primera etapa migra en la nueva etapa hacia la saturación de labores en postproducción por la abundancia de informaciones de carácter gráfico. El punto crítico sigue siendo la postproducción que en la nueva etapa requiere de más recursos. La captura y digitalización de imágenes de satélite son comparativamente más económicas que la producción en el estadio de beisbol pero aumenta la complejidad de realización de secciones no informativas relacionadas con la “Comunidad del Beisbol”.

ALFREDO VILLASMIL FRANCESCHI: El talento principal representa un valor de importancia dentro de la producción al ser experto conocedor del tema beisbol. Posee una amplia cartera de contactos que favorecen los procesos de producción. Su método de improvisación sobre las pautas establecidas tiene sus ventajas en cuanto a facilitar la grabación y sus desventajas al atentar contra la postproducción. Alfredo Villasmil Franceschi es una persona carismática que goza de credibilidad y evolucionó su puesta en escena a una propuesta más informal. Se mantiene la variable de responsabilidades profesionales con terceros del talento en simultáneo con la producción de Quieto en Primera.

COMUNIDAD DEL BEISBOL: Se planteó el reto de mantener los balances de las participaciones entre miembros de la “Comunidad del Beisbol” y el conductor del programa con la restricción de ya no contar con la presencia de los primeros en el lugar de los acontecimientos. Dicha participación corre el riesgo de ser disminuida en la nueva etapa y afecta principalmente al público femenino. Se cuenta con la “Comunidad del Beisbol” para la creación de nuevas secciones ya que existe por parte de

sus integrantes avidez y deseos de comunicar sus puntos de vista y la identificación de numerosos temas a explotar.

CLAVES INFORMATIVAS: Participación activa de gran número de jugadores elite en la Grandes Ligas quienes frecuentemente escriben historia dentro de los *records* de este deporte. Momento histórico en la presencia de jugadores venezolanos, muchos de ellos con desempeño extraordinario. Numerosos acontecimientos dados por los 30 equipos y eventos especiales como el "Juego de las Estrellas", lucha por la clasificación, "*wild card",* postemporada y "Serie Mundial".

5.2.2. Descripción de las Necesidades de Producción

El "análisis situacional conjunto" arrojó como resultado la necesidad de producir el programa de televisión Quieto en Primera durante la temporada de Grandes Ligas sin estar presente en los estadios de beisbol de los Estados Unidos conservando sus características distintivas, así como corregir los principales inconvenientes experimentados durante la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional y cultivar los beneficios de las fortalezas y oportunidades identificadas. A seguir se señalan las necesidades específicas:

- Depurar los procesos de preproducción, producción y postproducción a través de la optimización de las dinámicas de trabajo, las cuales en la nueva etapa deben ser más ordenadas y ricas en detalles predefiniendo la secuencia de las tareas a completar.

- Mantener la identidad de la "marca" dada por los objetivos comunicacionales de "entretener, informar, analizar y

sensibilizar" a través de la adaptación de éstos a nuevas propuestas de tratamiento de contenidos, propuestas estética formales y propuestas operacionales de producción.

- Conservar el balance de la presencia en cámara del conductor del programa y la participación de miembros de la "Comunidad del Beisbol" en los contenidos, aún cuando el acceso a estos últimos se encuentre limitado por la no realización de encuentros de Grandes Ligas en Venezuela.

- Sintetizar dentro de los contenidos gran densidad de informaciones generadas por la dinámica de noticias de Grandes Ligas.

- Acrecentar la intervención a Alfredo Villasmil Franceschi en su doble función de conductor y asesor deportivo del programa, en los procesos de preproducción y producción con el fin de eliminar posibilidades de competencia entre su estilo basado en improvisaciones y el trabajo de producción de imágenes de apoyo.

5.3. Estrategias de Producción de Quieto en Primera: Etapa de Grandes Ligas

Las estrategias de producción para la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera es una propuesta de trabajo que ayuda a satisfacer las necesidades de producción del programa.

5.3.1. Declaración de la Estrategia Clave

Una vez identificadas las necesidades de producción a partir del análisis conjunto de las características de la dos etapas del programa Quieto en Primera, se trazó una línea estratégica a seguir para alcanzar el propósito de depurar y optimizar las dinámicas de trabajo y transmitir los objetivos comunicacionales bajo las nuevas condiciones.

La estrategia clave seguida contempla tres fases o aspectos particulares: “Propuesta de Tratamiento, Propuesta Estética Formal y Propuesta Operacional”.

La primera, describe el tratamiento de los contenidos en función de los objetivos comunicacionales. Se refiere al diseño de secciones para la etapa de Grandes Ligas la cuales mantienen la esencia e identidad temática de Quieto en Primera.

En la propuesta estética formal se define la estrategia creativa en cuanto al lenguaje audiovisual establecido para la producción de la etapa de Grandes Ligas.

Por último, la propuesta operacional es un manual de producción que detalla la dinámica de trabajo en la preproducción, producción y postproducción con el fin de estandarizar los procesos de concreción de la propuesta de tratamiento y de la propuesta estética formal.

5.3.2. Propuesta de Tratamiento

La propuesta de tratamiento de contenidos tiene como fin adaptar los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera, mantener la presencia de los miembros de la "Comunidad del Beisbol" y sintetizar gran número de informaciones de manera balanceada.

Como paso inicial se definió un mercado meta más especializado y joven que en la primera etapa, por lo cual los contenidos se presentan de manera dinámica a través del diseño de numerosas secciones que se ordenan en la estructura de contenidos de forma que cada entrega del programa sea distinta.

5.3.2.1. Diseño y Adaptación de Secciones

Quieto en Primera en la Temporada 2003 – 2004 del beisbol profesional contó con gran variedad de secciones donde la mayoría de ellas se apoyaron en la participación de los miembros de la comunidad del beisbol. La producción de estas secciones generalmente tuvo como escenario el Estadio Universitario de Caracas durante el desarrollo de encuentros de beisbol profesional. Para la nueva etapa se presentó el reto de mantener la esencia en el tratamiento de los contenidos sin el marco referencial del beisbol profesional, desde el punto de vista de las locaciones, aplicando los objetivos comunicacionales de manera balanceada aún cuando la etapa sea más informativa.

Las secciones de la nueva etapa son las siguientes:

- RESUMEN SEMANAL: Segmento noticioso que resume los acontecimientos de mayor relevancia durante la semana, los

resultados trascendentes y los jugadores de mejor desempeño. Es el equivalente a la sección “Cobertura de la Semana” de la primera etapa y también cumple con los objetivos comunicacionales de “informar y analizar”.

- MEJORES JUGADAS: Conteo regresivo de las mejores jugadas de la semana presentadas en un paquete gráfico de alto impacto. Es una sección corta pero vistosa que informa y entretiene.

- NOTICIA DE LA SEMANA: Análisis de una noticia de importancia para el mundo del beisbol. Además de su carácter analítico presenta las opiniones de Alfredo Villasmil Franceschi como periodista.

- VENEZOLANOS DE GRANDES LIGAS: Resumen y seguimiento de la actuación de los venezolanos en la Gran Carpa. Es meramente informativo y se apoya en gráficos estadísticos que ilustran el desempeño de los criollos.

- NOTAS DE PRIMERA: Se mantiene el espacio creado en la primera etapa. Son reseñas informativas que mantienen la actualidad dentro del programa. Se cubren lesiones, cambios, y otros hechos de importancia.

- SEMBLANZA: Es un segmento que muestra información concentrada sobre un jugador en especial, sus logros, su trayectoria, próximas metas y su lado humano. Es la adaptación de la sección “La Entrevista de la Semana” de la primera temporada pero más informativa y manteniendo la premisa de sensibilizar ya no con la participación del mismo entrevistado,

sino tras la reseña de su vida y carrera profesional así como opiniones sobre su importancia. En esta sección pueden participar miembros de la “Comunidad del Beisbol” expresando su punto de vista sobre este jugador.

- PREGUNTA DE LA SEMANA: Planteamiento de una pregunta a ser respondida por los televidentes vía correo electrónico o mensajes de texto. Tiene un carácter interactivo y promocional ya que el público tiene la oportunidad de ganar la posibilidad de aparecer en el programa así como de hacerse de premios patrocinados por los anunciantes.

- TODO POR EL TODO: Es una cobertura especial sobre una serie de importancia por su trascendencia en la tabla de posiciones o por la rivalidad entre los equipos involucrados.

- ROSTER DE PRIMERA: Análisis en profundidad sobre algún equipo específico que es noticia en el mundo del beisbol debido al desempeño positivo de sus jugadores.

- ¡SÍ SEÑOR !: Segmento vía telefónica en directo desde Nueva York con el periodista deportivo Juan Vené quien da su visión personal sobre distintos acontecimientos. Esta sección es de gran importancia ya que atrae a la audiencia que identifica a Juan Vené con las Grandes Ligas.

- EL PODER DE LOS NUMERITOS: Sección donde se describe la trascendencia de las estadísticas que documentan el beisbol a través de la lectura e interpretación de estas. Informa y analiza pero también educa al televidente.

- CLÍNICA EXPRESS: Tips didácticos que enseñan las técnicas básicas para jugar al beisbol. Esta dirigida a los jóvenes que se inician como peloteros. Es la única sección donde la locución no es realizada por Alfredo Villasmil.

- LA COMUNIDAD DEL BEISBOL: Entrevistas a miembros de la "Comunidad del Beisbol" quienes muestran su perspectiva y análisis sobre el fenómeno del beisbol en general o sobre un evento específico, así como acontecimientos o personalidades en Venezuela que ilustran cómo se vive la pasión de las Grandes Ligas desde Venezuela. Es una de las secciones más humanas y sensibles.

- DE LA REALIDAD A LA FANTASÍA: Segmento que presenta información de interés para todos quienes tienen el pasatiempo de participar en Ligas de Beisbol de Fantasía. Son tips de actualidad que permiten crear el equipo perfecto. Se fundamenta en una pasión de los fanáticos y es llevada por ellos mismos.

- JUEGO TRANCAO': Sección donde que trata un tema de beisbol en formato de mesa redonda con la excusa de un juego de dominó. En un mismo lugar se reúne al conductor del programa Alfredo Villasmil Franceschi con invitados de la "Comunidad del Beisbol" y de la teleaudiencia. Cumple con la función de sensibilizar sobre la actitud de los venezolanos ante el beisbol, de manera informal, improvisada y divertida.

- LA FIESTA DEL BEISBOL: Es el encuentro de Quieto en Primera, los miembros de la "Comunidad el Beisbol" y la teleaudiencia del programa en lugares públicos de

esparcimiento dedicados al disfrute del deporte como *sports bars* y locales nocturnos temáticos. Es la demostración de que si bien las Grandes Ligas se desarrollan en los Estados Unidos, esta distancia no impide que el beisbol sea seguido por grupos sociales desde Venezuela. Es la oportunidad propicia para mostrar al público femenino de beisbol. Sección entretenida y sensible desde el punto de vista de los objetivos comunicacionales del programa.

- EN DIRECTO DESDE EL CLUB HOUSE: Conversación vía telefónica en directo desde los estadios de Grandes Ligas con jugadores venezolanos y latinoamericanos de importancia. Es una de las pocas oportunidades de entrevistar a los protagonistas del terreno de juego. Se complementa con la participación de familiares y amigos del jugador en cuestión en Venezuela.

- TIROS A PRIMERA: Lectura de los correos electrónicos enviados a la dirección contacto@quietoenprimera.com. Busca mantener la interacción y participación del público con la producción del programa.

- ¡QUIETO AHÍ!: Las cámaras de Quieto en Primera salen a la calle para darle cabida a las opiniones del venezolano promedio, sensibilizando acerca de la cualidad de experticia "beisbolística" de éstos. Sección que le da importancia a la opinión de la teleaudiencia.

5.3.2.2. Definición de la Estructura de Contenidos

Al igual que la etapa de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional se resolvió una estructura de contenidos dinámica y variable conformada por secciones fijas y secciones itinerantes. Las primeras se repiten todos los programas y tienen una posición fija dentro de los “negros” o partes del mismo, y las secciones itinerantes que rotan entre ellas de manera que establecen las estructuras únicas de cada entrega del programa.

Las secciones fijas son “Resumen Semanal, Clínica Express, ¡Quieto Ahí!, Venezolanos en las Grandes Ligas, Notas de Primera, Pregunta de la Semana y Mejores Jugadas”.

Para la nueva etapa de Grandes Ligas, las secciones han sido catalogadas por temáticas y su estimado de duración se mantiene libre, dentro del un margen considerable para la naturaleza de cada una, lo cual da gran versatilidad en su tentativa posición y lugar dentro de los negros, así como la relación de rotación entre la secciones itinerantes. Sin embargo, las secciones han sido agrupadas en dos grandes conjuntos: secciones informativas y secciones de variedades (Ver anexo 5). Además se cuenta con segmentos estructurales que no son secciones. Entre estos se encuentran la presentación gráfica, al principio del programa, que es seguida por la introducción y adelanto de los temas a tratar en cada entrega, y por último, al final del programa la despedida y los créditos.

Las secciones informativas son aquellas que comunican los acontecimientos relacionados con la temporada de Grandes Ligas y a su vez se dividen en secciones de actualidad y secciones de opinión analítica. Las secciones de actualidad son “Resumen Semanal, Venezolanos en Grandes Ligas, Notas de Primera y Todo por el Todo; mientras que entre las secciones de opinión analítica se encuentran “La

Noticia de la Semana, Roster de Primera, El Poder de los Numeritos, En Directo desde el Club House, ¡Sí, Señor! y la Semblanza de la Semana".

Las secciones de variedades son aquellas que cuentan con la participación de miembros de la "Comunidad del Beisbol" o que están relacionadas directamente con sus actividades. Ellas son "Clínica Express, La Comunidad del Beisbol, La Pregunta de la Semana, La Fiesta del Beisbol, Juego Trancao' y Tiros a Primera".

La estructura de contenidos se diseñó para balancear el programa sobre la base de tres aspectos: la cuota de participación entre Alfredo Villasmil Franceschi y miembros de la "Comunidad del Beisbol", cantidad de contenidos de secciones informativas y secciones de variedades, y, por su puesto, la presencia uniforme de los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera.

Así, tomando en consideración todos los aspectos antes mencionados, la estructura de contenidos quedó definida en tres negros que suman 22 minutos de programa (siete minutos en el primer negro, ocho minutos en el segundo y siete minutos en el tercero) a los cuales se les resta minuto y medio reservado para los segmentos estructurales (presentación grafica, introducción y adelanto, despedida y créditos) lo cual da como resultado 20 minutos y medio de contenidos, los cuales se presentan de la siguiente manera:

Primer Negro (siete minutos)

- PRESENTACION GRAFICA – INTRODUCCION - ADELANTO (PREVIEW): Segmento estructural. Aproximado: 1:00 min.
- RESUMEN SEMANAL: Sección fija informativa de actualidad. Aproximado: 3:00 min.

- CLÍNICA EXPRESS: Sección fija de variedades. Aproximado: 0:45 min.
- ¡QUIETO AHÍ!: Sección fija de variedades. Aproximado: 2:15 min.

Segundo Negro (ocho minutos)

- VENEZOLANOS EN GRANDES LIGAS: Sección informativa de actualidad. Aproximado: 2:00 min.
- UNA O DOS SECCIONES INFORMATIVAS DE OPINIÓN ANALÍTICA ITINERANTE(S): Noticia de la Semana, Todo por el Todo, Roster de Primera, El Poder de los Numeritos, y/o ¡Sí, Señor!: Aproximado 2:30 min.
- UNA O DOS SECCIONES DE VARIEDADES ITINERANTE(S): La Comunidad del Beisbol, La Fiesta del Beisbol, Juego Trancao', Tiros a Primera y/o De la Realidad a la Fantasía. Aproximado 2:30 min.
- NOTAS DE PRIMERA: Sección informativa de actualidad. Aproximado: 1:00 min

Tercer Negro (siete minutos)

- UNA SECCIÓN INFORMATIVA DE OPINIÓN ANALÍTICA ITINERANTE: Semblanza, En Directo desde el Club House o La Noticia de la Semana. Aproximado: 2:00 min.
- PREGUNTA DE LA SEMANA: Sección fija de variedades. Aproximado: 0:45 min.
- UNA O DOS SECCIONES DE VARIEDADES ITINERANTE(S): La Comunidad del Beisbol, La Fiesta del Beisbol, Juego Trancao', Tiros a Primera y/o De la Realidad a la Fantasía. Aproximado 3:00 min.
- MEJORES JUGADAS: Sección fija de variedades. Aproximado 0:45 min.

- DESPDIDA – CRÉDITOS: Segmento estructural. Aproximado 0:30 segundos.

Como puede verse, el primer negro queda totalmente predefinido con secciones fijas donde, de los seis minutos disponibles para contenidos (luego de la resta del minuto de presentación – introducción – previa), el 50 por ciento de la producción es informativa de actualidad y el otro 50 por ciento es de variedades.

El segundo negro sólo posee dos secciones fijas, ambas informativas de actualidad, las cuales ocupan entre ellas tres minutos (cerca del 35 por ciento de los ocho minutos disponibles), también cuenta con 2:30 minutos disponible para secciones informativas de opinión analítica y la misma cantidad de tiempo para secciones de variedades, cada tipología representa un poco más de 30 por ciento y sus secciones son itinerantes. Así, el segundo negro queda bien balanceado y permite gran versatilidad en la escogencia de los contenidos.

El tercer negro obvia secciones informativas de actualidad y sólo tiene predefinidas dos cortas secciones de variedades. Es la parte del programa más versátil en cuanto a la escogencia de las secciones y está dominado principalmente por la variedades que ocupan aproximadamente el 70 por ciento de los 6:30 minutos de contenidos (sin contar los 30 segundos de despedida y créditos).

Así, de los 20 minutos 30 segundos disponibles para contenidos, poco más del 50 por ciento (10:30 min.) son secciones informativas y poco menos de la mitad restante (10:00 minutos) son secciones de variedades. Dentro de las secciones informativas, la relación porcentual entre las de actualidad y las de opinión analítica es de casi 60 – 40 respectivamente. (ver. Anexo 6).

5.3.3. Propuesta Estética Formal

La propuesta estética formal fue hecha con el objetivo de, más allá de lo novedoso que podrían ser las nuevas secciones y los nuevos contenidos, la imagen gráfica y visual sea otro aspecto de enganche de los espectadores. Se quiso romper totalmente con la vieja etapa a nivel de imagen y estética, pero conservando el mismo germen: ser resultado de la aplicación de los objetivos comunicacionales.

Igualmente, se consideró que todos los programas hechos en Venezuela que giran en torno al tema beisbol, no se han dado a la tarea de presentar un contenido impactante a nivel visual, a diferencia de los canales estadounidenses que le dan un valor agregado a los contenidos de sus programas utilizando grafismos de alta calidad.

Quieto en Primera no pretende vender el beisbol como espectáculo, sino como parte de la cultura venezolana. De aquí nace la inquietud de crear un paquete gráfico altamente atractivo que resalte el beisbol como espectáculo y cultura.

Para la propuesta estética y formal las referencias tomadas para la creación de la nueva imagen son programas estadounidenses del beisbol en cuanto a ritmos y niveles en la parte noticiosa, fusionados con programas de cultura que resaltan el aspecto emocional y humano de los temas a tratar.

Programas norteamericanos de beisbol y deporte en general sirvieron como referencia para las secciones informativas en cuanto a la utilización de cuadros y grafismos que permiten presentarle al espectador lo que necesita saber sobre el tema que se esté tratando. El trabajo gráfico informativo ha sido la premisa fundamental para la propuesta

estética formal de la nueva etapa. De esta manera se crean el Infobox, las barras de información y los cuadros informativos que a través de una puesta en pantalla de alta calidad gráfica refrescan los contenidos. La razón de lo antes planteado es la necesidad identificada poder presentar la amplia gama de noticias e informaciones que genera las Grandes Ligas.

Dejando de lado, el aspecto informativo, noticioso y analítico del programa y acercarse a aquellas secciones que estaban dirigidas más a la parte emocional, el trabajo de adaptación se basó en los contenidos de canales culturales y europeos. Se decidió la utilización el blanco como color base, visualmente es más sereno que el color negro utilizado en la etapa anterior del programa.

Como colores complementarios se tomaron la escala de grises y el rojo. De esta manera se agrega el dramatismo relacionado a los grises, sin quitarle la tensión y dinamismo relacionado con el rojo.

Respecto a la captura de imágenes a través de la cámara de video ya no se ve como una herramienta de registro de la noticia y de los acontecimientos, sino como una utensilio artístico a favor de los objetivos comunicacionales expresados en la nueva propuesta estética y visual. De allí la decisión de continuar con la experimentación de la primera etapa a través de los emplazamientos de cámara, con encuadres y ángulos que, además de registrar la información, agregan un valor artístico de gran atractivo. Esto es el de las secciones producidas en el país con profundo contenido en cuanto al aspecto humano, como es La Comunidad del beisbol, La Fiesta del Beisbol, y Quieto Ahí.

El montaje de los programas de la nueva etapa de Quieto en Primera queda, entonces, en manos de esta propuesta estética formal,

encargada de la aplicación de ritmos acordes al paquete gráfico. Se definieron dos ritmos de edición y montaje. El primero es acelerado y dinámico, al servicio de las densidades noticiosas de las secciones informativas que sin llegar a ser tedioso cuida no acelerarse demasiado para mantener el balance y la efectiva comunicación.

El segundo ritmo es uno más pausado, relacionado directamente con la curva emocional de contenidos de variedades y de participación humana. Ergo, junto al tratamiento de contenido dado por la cámara, aumenta los niveles del mensaje comunicador de los objetivos comunicacionales acercándolo al espectador humanizando las imágenes.

La propuesta estética formal también contempla aspectos estratégicos definidos e identificados por el análisis situacional previo como reforzar el concepto de Quieto en Primera de marca diferenciadora creando una identidad gráfica distintiva.

En la primera etapa el dinamismo de los contenidos estuvo dado por la corriente participación de los miembros de la “Comunidad del Beisbol” quienes participaron en el programa incorporándose a los contenidos noticiosos y analíticos. El hecho de que en la etapa de Grandes Ligas el acceso a masas de fanáticos y otros miembros de la “comunidad” esté limitado hace que los contenidos estén relatados y las noticias analizadas prioritariamente por Alfredo Villasmil Franceschi en su función de conductor del programa, lo cual trae como riesgo la disminución de los ritmos y dinamismo de las secciones informativas. Sin embargo, como ya hemos comentado en el apartado sobre el tratamiento de contenidos, éstos gracias a su densidad hacen que su presentación se haga necesariamente dinámica. Pero, con el fin de fortalecer las rítmicas de montaje la propuesta gráfica aporta con “bombardeos” de informaciones la creación de una articulación de contenidos que se

suceden unos a otros de manera lógica. Es decir, antes, en la primera temporada de Quieto en Primera, se relataban las noticias y se analizaban los acontecimientos de manera conjunta entre Alfredo Villasmil Franceschi y los entrevistados e invitados quienes se encontraban accesibles a la producción. En la nueva etapa se propone, ante la ausencia de otras voces distintas a la del conductor durante las locuciones, presentar gráficas complementarias donde antes había la opinión de fanáticos, peloteros y otros miembros de la comunidad del beisbol.

Lo antes comentado provoca que la presencia en cámara del conductor del programa disminuya, siendo esta nueva realidad un valor para la propuesta estética formal ya que mostrará a Alfredo Villasmil Franceschi con una frecuencia balanceada respecto a los invitados y entrevistados en las entregas del programa durante la nueva etapa.

La nueva propuesta audiovisual del programa presenta una solución al potencial problema de que la identidad visual de Quieto en Primera compitiese con los paquetes gráficos propios de la imágenes obtenidas de canales de televisión satelital. Esta solución es que la puesta en escena del Infobox, barra de información y cuadros estadísticos de Quieto en Primera en Grandes Ligas ocultan las “manchas” gráficas de las transmisiones de canales estadounidenses. Adicionalmente, un esquema de composición gráfica basado en fotos fijas evita el uso excesivo de imágenes producidas por terceros, manteniendo la unidad y distinción del programa.

Para lograr con los objetivos de la nueva propuesta estética de la etapa Grandes Ligas de Quieto en Primera, se hace necesario la creación de un departamento gráfico liderado por un diseñador que sirva como consejero en manejo de colores imágenes y composiciones.

Por último, pero no menos importante, la propuesta mantiene la mezcla de un hilo musical como herramienta que refuerza los ritmos de montaje, agrega fluidez a los contenidos, diferencia las secciones e incrementa la intencionalidad del manejo del lenguaje audiovisual utilizado.

5.3.4. Propuesta Operacional: Manual de Producción

Depurar los procesos de preproducción, producción y postproducción a través de la optimización de las dinámicas de trabajo trajo como resultado la elaboración de un manual de producción.

El manual que se presenta a continuación describe de manera detallada el conjunto de tareas necesarias para producir satisfactoriamente el programa Quieto en Primera en su nueva etapa.

El manual se divide en cinco partes, la primera es la descripción de los cargos y funciones del equipo de producción necesario para llevar a cabo la producción; seguidamente se exponen los rasgos básicos que caracterizan la misma; en tercer lugar se establecen las fases de la preproducción; cuarto, los detalles de producción; y quinto se presenta la postproducción de manera que todos sus aspectos quedan definidos permitiendo la reproducción efectiva de la propuesta estético formal.

5.3.4.1. Descripción de Cargos

El equipo básico de producción del programa de televisión Quieto en Primera en la etapa de Grandes Ligas consta de los siguientes cargos:

- PRODUCTOR EJECUTIVO: Cumple con funciones administrativas, de comercialización y es el responsable legal.

- DIRECTOR Y PRODUCTOR GENERAL: Es el encargado de velar por la efectiva transmisión de los objetivos comunicacionales. Administra y controla todos los procesos. Interpreta y aplica el tratamiento de los contenidos. Monitorea la unidad en el planteamiento estético formal y dirige a los equipos de trabajo.

- ASESOR DEPORTIVO: Es quien aprueba la estructura de contenidos validando su importancia y posible interés en el público.

- ENLACE DE PRODUCCIÓN: Realiza diversas funciones dentro de la producción entre las que se encuentran estar presente en casi todas las fases del proyecto, desde liderar la investigación de los temas, validar la veracidad de los contenidos, mantener las relaciones con los miembros de la “Comunidad del Beisbol” y hacer que la visión del Director y Productor General se mantenga a lo largo de la producción.

- LIBRETISTA: Encargado de la redacción del libreto referencial que sirve de base para la grabación de los sonidos del conductor del programa.

- ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: Ayudante general de los demás miembros del equipo. Principalmente sirve de soporte en la producciones de campo más complejas.

- DIRECTOR DE POSTPRODUCCIÓN Y MONTAJE: Se encarga de producir y guiar el proceso de postproducción definiendo el montaje. Es el encargado de hacer cumplir la aplicación de los objetivos comunicacionales en la fase final del proceso y es el responsable del planteamiento estético formal definitivo.

- EDITOR: Realiza las labores técnicas del proceso de montaje a través del manejo de herramientas tecnológicas de edición no lineal de video.

- DISEÑO GRÁFICO: Provee a la postproducción de imágenes y gráficas estáticas a animar y componer dentro del programa.

- CAMARÓGRAFO Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL: Cumple la doble función de técnico en el uso de la cámara y es el responsable de hacer cumplir con la visión definida por el director y productor general en cuanto a encuadres, emplazamientos y composición.

5.3.4.2. Consideraciones Generales de Producción

La producción de un programa de Quieto en Primera en la etapa de Grandes Ligas se realiza en tres fases: preproducción, producción y postproducción. El proceso completo se consta de un cronograma de 10 días que se inician con la preproducción y culminan con la salida al aire del programa. Es importante destacar que cuando un programa se encuentra en etapa de producción, ya el siguiente empieza el proceso de preproducción.

En la fase de preproducción se llevan a cabo todas las tareas necesarias para contar con los elementos que se requieren para iniciar la

producción propiamente dicha. Es el proceso de planificación y recopilación de información. Se lleva a cabo principalmente en los tres primeros días del cronograma.

La fase de Producción tiene tres niveles: la captura de imágenes por satélite necesarias para apoyar los contenidos, la grabación de los contenidos y la producción de gráficas a utilizar en la postproducción. Comienza al mismo momento en que la preproducción define los contenidos a tratar y alcanza el día nueve del cronograma.

Finalmente, la postproducción lleva a cabo las tareas de selección, ordenamiento, duración y retoque de los contenidos en los procesos de montaje, edición y composición gráfica. Al igual que la producción puede iniciarse luego de que la estructura de contenidos está definida ya que adelanta tareas de trabajo gráfico y composición general.

5.3.4.3. Preproducción

Es el inicio de las labores de planificación y recopilación de información para la realización del programa. En ella intervienen el Director y Productor General, el Asesor Deportivo, el Enlace de Producción y el Director de Postproducción.

Pautas de Preproducción

Son cuatro reuniones principales realizadas en esta etapa (“Pautas Preliminar, Pauta de Planificación, Pauta de Libreto y Pauta de Reportes”). En ellas al menos dos integrantes del equipo de producción discuten los pasos previos a tomar antes de iniciar la producción propiamente dicha. La más importante de estas pautas es la convocada por el Director y Director General a través de un memo (ver formato de comunicaciones internas CI-00) el cual es enviado al Enlace de

Producción, el Director de Postproducción y al Asesor Deportivo, este último no participa de esta reunión pero tiene conocimiento de ella. Esta primera pauta de preproducción se lleva a cabo en las primeras horas del "Día 1", es llamada "Pauta de Preliminar" y su objetivo es el siguiente:

- Tormenta de ideas sobre los posibles temas a tratar, acontecimientos de importancia, escogencia de secciones, etc.
- Al escoger las secciones se identifica su complejidad de producción.
- Inventario preliminar de imágenes necesarias y material ya producido.
- Consideraciones previas de postproducción donde el Director de Postproducción da su opinión sobre la factibilidad de postproducir las ideas plantadas.
- Diseño preliminar de la estructura de contenidos del programa.

Como resultado, el Director y Productor General queda a cargo de escribir un *brief* (resumen informativo) del tratamiento de las secciones de la estructura de contenidos, el cual es enviado a todos los miembros de la producción con el fin de adelantar tareas al respecto.

La "Pauta de Planificación" se lleva a cabo las primeras horas del "Dia 2" y participan los mismos integrantes de la primera pauta. En ella el Director y Productor General presenta el *brief* final de la estructura de contenidos y de las secciones. Así, esta pauta cumple con la función de discutir entre estos tres miembros del equipo la planificación tentativa del todo el proceso. Sus detalles serán explicados en el apartado sobre "Planificación".

La tercera, "Pauta de Libreto", es la primera reunión con el libretista encargado de la redacción del libreto referencial de cada sección

y de las participaciones de Alfredo Villasmil. En ella el Director y Productor General y el Enlace de Producción explican al libretista la estructura y tratamiento de todo el programa y de cada una de sus partes. Toma lugar durante el "Día 2".

Por último, la "Pauta de Reportes" es la pauta final del proceso de preproducción general durante las últimas horas del "Día 3". En ella todos los miembros del equipo presentan resultados de preproducción al Director y Productor General quien evalúa e identifica las tareas de producción no completadas las cuales son etiquetadas como "Tareas de Preproducción Especial", que se explicarán más adelante.

Briefing

Es una actividad llevada a cabo por el Director y Productor general en la cual redacta comunicaciones informativas que mantienen al tanto a todo el equipo de producción de la evolución en el diseño y estructuración de los contenidos.

- BRIEF PRELIMINAR: Es el resultado de la "Pauta Preliminar" donde se describe la estructura de contenidos tentativa. Se redacta y envía el "Día 1" del proceso. Es sometido a la evaluación del Asesor Deportivo.
- BRIEF FINAL DE PROGRAMA: Es el *brief* que resulta de la evaluación del "*Brief* Preliminar" y aplicación de las recomendaciones sugeridas por el Asesor Deportivo. Su entrega esta pautada para el "Día 2" de la Producción.
- BRIEF FINAL POR SECCIONES: Es la descripción general del tratamiento de cada una de las secciones. Ilustra a cada miembro del equipo la visión que Director y Productor General tiene sobre cada parte del programa. Se entrega el "Día 2" y es

susceptible a revisiones antes de la pauta de producción de cada sección.

Planificación

También es responsabilidad del Director y Productor General, quien recibe la ayuda del Asistente de Producción. Se define el cronograma general para la finalización del programa y la asignación de tareas. (ver el formato de cronograma general CG-00 y el formato de cronograma por cargo CC-00).

El punto crítico de esta tarea es diseñar la planificación de manera que la carga de responsabilidades de todo el equipo de trabajo y de cada unidad de producción quede distribuida de manera balanceada. Se entrega en un plan de producción general y cronograma el “Día 3”, luego de la Pauta de Planificación.

Investigación

Está a cargo del Enlace de Producción quien recopila los datos de interés que puedan ser comunicados. Se utiliza a la Internet como herramienta y se seleccionan estadística e informaciones que apoyen el tratamiento de los contenidos. Es la obtención de la materia prima de las barras de información, Infobox y cajones de texto que aparecerán en el programa. También se refiere a entrevistas preliminares con los invitados y participantes adicionales en el programa con el fin de evaluar los aportes que estos puedan dar a los contenidos que se quieren expresar. Se reporta directamente al Director General a través del formato de comunicaciones internas (ver formato de comunicaciones internas CI-00). La investigación se inicia el “Día 1” con la guía del “*Brief* Preliminar” y termina con la validación de la veracidad y pertinencia de los contenidos redactados en los “Guiones Referenciales”.

Inventario

Corre por cuenta del Enlace de Producción, Director de Postproducción y Diseñador Gráfico, quienes informan a través de un memo (formato de comunicaciones internas CI-00) sobre el material previamente producido que puede servir en la estructura de contenidos. Se inicia una vez recibido el "*Brief* Preliminar". Tiene el fin de determinar qué imágenes serán capturadas de satélite o grabadas en campo durante la etapa de producción.

Libretos Referenciales

Esta sección es la redacción de aquellas secciones que llevan locución y de las intervenciones de Alfredo Villasmil Franceschi. Debido a la técnica de improvisación utilizada por el conductor del programa el libreto no es una herramienta rígida y solo sirve como guía para establecer la duración y los temas a tratar por Alfredo Villasmil Franceschi. El libreto referencial lo realiza el libretista del programa y está sometido a la evaluación del Enlace de Producción en cuanto a la validación de los datos, del Director y Productor General en cuanto al tratamiento de los contenidos y, finalmente es revisado y aprobado por Alfredo Villasmil Franceschi en su rol de Asesor Deportivo y Conductor del programa. El libreto referencial evoluciona constantemente desde el momento en que el libretista recibe el "*Brief* Preliminar" hasta el día de la última grabación de locuciones o apariciones en cámara de Alfredo Villasmil Franceschi lo cual generalmente ocurre el "Día 8" de producción.

Desgloses

Es una tarea de suma importancia ya que identifica los recursos humanos y técnicos, locaciones e inversión de capital, entre otros elementos, son necesarios para la realización de cada una de la pautas de producción que se planifican. Utilizan una forma genérica que no sólo

plasma los elementos necesarios en cada pauta, sino que adelanta detalles sobre estas que son de gran valor a la hora de iniciar la producción. No tiene un formato específico sino que es la identificación de elementos necesarios que serán vaciados en producción en el formato respectivo a cada pauta (ver formato de desgloses – llamados – pauta PAUTA00). Esta etapa la realiza el Asistente de Producción con la supervisión del Director y Productor General y debe completarse el "Día 3" para poder realizar los llamados de las pautas de grabación en la fase de Producción.

Contactos y Permisos

Es un conjunto de funciones a cargo del Enlace de Producción y del Asistente de Producción quienes listan los invitados y entrevistados tentativos para la grabación de cada sección. Estas listas son aprobadas por el Director y Productor General. Se establecen los contactos respectivos y se obtienen los permisos de grabación en exteriores. Se preparan las hojas de *release* correspondientes. (ver formato de *release* HR-00).

Tareas de Preproducción Especial

Se entiende por Preproducción Especial aquellas labores de preproducción antes mencionadas que ocurren después del "Día 3", momento límite para la preproducción general del programa. Estas tareas extraordinarias son identificadas en la Pauta de Reportes donde intervienen casi todos los miembros de la producción.

5.3.4.4. Producción

La fase de producción es en la que se obtienen todas aquellas imágenes y sonidos necesarios para lograr la comunicación de la estructura de contenidos. Se divide en cuatro tareas básicas, algunas de

las cuales comienzan a llevarse a cabo antes o durante la preproducción del programa ya que la cobertura de algunas noticias o la grabación de los contenidos de las secciones de variedades pueden pautarse con semanas de antelación. Durante todo el proceso, los integrantes del equipo de producción le reportan al Director y Productor General cualquier eventualidad fuera de lo planificado a través de un memo llamado "Reporte Especial", así es posible establecer correctivos a tiempo y evitar contar con variables que atenten contra la culminación satisfactoria del programa.

Plan de Grabación

Una vez terminada la fase de preproducción, el Director y Productor General del programa toma el cronograma general y los desgloses para presentar el orden de grabación de los contenidos a producir. De esta manera todos los miembros del equipo de producción conocen qué, cómo, cuándo y por qué se realizarán tales producciones.

El plan de grabación lista las pautas de producción definidas a partir del "Día 4" e incluye la fecha, la hora de llamado, la hora de inicio de la grabación, el lugar y la descripción general de la pauta. Estos datos son vaciados en el formato de desglose – llamado – pauta de grabación (ver formato PAUTA-00), el cual es enviado a todos los miembros del equipo de producción, inclusive los que no participan de las pautas.

Captura de Imágenes

Es una tarea de producción que se inicia el mismo día de la primera pauta de preproducción donde se decide la estructura de contenidos preliminar. El Enlace de Producción además realiza el inventario de las imágenes con las que se cuentan previamente para los contenidos escogidos, inicia el monitorio y captura de las informaciones y encuentros transmitidos por canales de televisión satelital. Este proceso

consta de dos partes. En la primera se capturan las imágenes directamente del satélite a un disco duro a través de una tarjeta de video capturadora a un computador reservado para este fin. La segunda fase es seleccionar la imágenes de interés y borrar el resto de la información.

El proceso de captura de imágenes se lleva a cabo con la guía de los *briefs* de preproducción los primeros tres días de producción. A partir del cuarto día, el Enlace de Producción recibe una orden de archivo que especifica las imágenes particulares requeridas por el Director y Productor General (ver formato de orden de captura OA-00).

Con la orden de archivo, el Enlace de Producción continúa la captura de imágenes y ordena las requeridas en una carpeta que se envía al disco duro de la computadora de postproducción.

Producción Gráfica

Al igual que la obtención de imágenes recibidas por satélite, el programa requiere la producción de imágenes fijas a partir de fotografías. Las fotografías se obtienen del archivo de imágenes de Noia Studio y son trabajadas por el Diseñador Gráfico del programa. Estas imágenes son solicitadas por el Director de Postproducción a través del formato correspondiente (ver formato de orden gráfica OG-00). Generalmente, la producción gráfica se basa en tres aspectos: 1) recortar las imágenes de su fondo, 2) trabajar fotografías y añadirle elementos planos, y 3) producir textos a ser animados luego en postproducción.

Pautas de Grabación

Las pautas de grabación se realizan a partir del “Día 4” hasta el “Día 8” para así dejar al menos un día dedicado exclusivamente a la postproducción de la última pauta grabada.

Como ya se ha explicado el llamado a las pautas se hace con el formato de desglose – llamado – pauta que contiene toda la información que el equipo de producción necesita para prepararse para la grabación.

Las pautas de grabación tienen su programación dentro del cronograma y plan de grabación según su actualidad. Por ejemplo, las secciones a grabar cuyos contenidos son menos actuales pueden, inclusive, comenzar a producirse semanas antes de la salida al aire del programa. Las secciones más actuales como las intervenciones en cámara de Alfredo Villasmil Franceschi y la presentación de las secciones tienen que, necesariamente, ser producidas después del “Día 4” del proceso. Es posible que la presentación de las secciones se grabe sólo 48 horas antes de la salida al aire del programa.

Pero, en general las pautas de grabación se realizan de la siguiente manera:

- Envío de la hoja de llamado que contiene toda la información necesaria para la preparación de la pauta (se incluye información correspondiente a los desgloses de las mismas).
- Los miembros del equipo de producción se hacen presentes en el lugar y hora indicada en la hoja de llamado.
- Aproximadamente una hora después de la hora de llamado, y con todos los detalles cubiertos se inicia la grabación de la pauta en cuestión.
- Generalmente se graban primero los sonidos y entrevistas para posteriormente dedicarse con calma a la obtención de las imágenes de apoyo.
- La pauta acaba con el ordenamiento del lugar (locación) tal y como estaba antes de iniciar la pauta.

5.3.4.5 Postproducción

La postproducción de un programa de Quieto en Primera, si bien puede adelantar tareas durante los tres primeros días de preproducción gracias al *"Brief* Preliminar", realmente se encuentra en pleno desarrollo de montaje del programa anterior hasta este sale al aire el "Día 3" de la producción en curso. Es decir, los trabajos de postproducción realmente se inician al final del cuarto día cuando ya el equipo de producción ha cumplido con al menos una pauta de grabación.

Los últimos tres días del proceso, son los realmente densos a nivel de cargas de trabajo para la postproducción. Tras la última pauta de grabación el "Día 8" a la postproducción le queda un día para completar el programa, antes de su salida al aire. Las pautas de postproducción las requiere el Director y Productor General y establecen la programación de la interacción entre este y el editor (ver forma de Pauta de Edición PE-00).

La fase de postproducción se desarrolla de la siguiente manera:

Planificación de Postproducción

A cargo del Director de Postproducción se efectúa en los primeros tres días del proceso y no debe ser reportada al Director y Productor General. Esta planificación es un proceso sencillo que consiste en abrir un proyecto en el programa de computación *Apple's Final Cut Pro 3.0*, en el cual se crean las secuencias de cada negro, y se seleccionan y ubican los elementos gráficos genéricos a utilizar. La planificación parte de la interpretación que el Director de Postproducción hace de los *Briefs* de preproducción.

Digitalización y Preselección de Imágenes

El proceso de digitalización es muy sencillo en la postproducción de Quieto en Primera. La digitalización de las imágenes capturadas desde satélite se realiza automáticamente durante la captura y la posterior selección de las mismas, que para efectos de archivo se dividen en *clips* a los cuales se les asigna un código y descripción en una base de datos.

La digitalización de los contenidos grabados por el equipo de producción es también simple en el sentido de que al final de cada pauta de grabación el productor le entrega al Editor del programa el *cassette* con las imágenes y un reporte de pietaje (ver forma de Reporte de Pietaje RP-00) que indica el orden y tiempos aproximados de los contenidos. El *cassette* se digitaliza por completo y se seleccionan la imágenes con la presencia de Director y Productor General en una de las pautas de edición. La digitalización se hace poco después de haber sido grabados los contenidos.

Finalmente, en el caso que la preelección haya sido hecha sin la participación del Director y Productor General, el Director de Postproducción envía un reporte de digitalización con la descripción de las imágenes que recibió (ver formato de Reporte de Digitalización RD-00).

Selección y Montaje Preliminar

Es una o varias sesiones de trabajo en las que el editor es dirigido por el Director de Postproducción o por el Director y Productor General en el proceso de escogencia final de las imágenes y sonidos y su ordenamiento en la línea de tiempo. Se monta una o varias secciones sin el trabajo de composición gráfica.

Composición Gráfica

Es una actividad realizada por el Director de Postproducción y el Editor quienes componen los elementos gráficos, realizan las animaciones, desarrollan los *inserts*, etc. Como resultado, integran el paquete gráfico con los contenidos.

Montaje Final

Una vez con todos los elementos dentro del proyecto de postproducción, se realizan los últimos ordenamientos de información y se añade el hilo musical del programa.

Revisión Correctiva

Se realiza un *render* preliminar de segmentos representativos los cuales se muestran al Director y Productor General quien, en conjunto con el Director de Postproducción, evalúan los resultados con el fin de proponer correctivos factibles, los cuales se llevan a cabo. Una vez aprobado finalmente el programa en su etapa de postproducción, se realiza el r*ender* final del proyecto.

Copia Final

El Director y Productor general envía un memo llamado “Orden de transferencia” que utiliza el formato de comunicaciones internas CI-00. Este memo incluye información sobre el número de copias en el formato requerido por el Canal de Televisión.

5.3.4.8. Instructivo de Composición Gráfica

Para un mejor entendimiento de las bases que regirán la nueva etapa de Quieto en Primera, se presenta a continuación una guía de los pasos que llevan a la construcción del aspecto gráfico del programa en el *software* de Edición No Lineal *Apple’s Fina Cut Pro 3.0*.

Construcción del los gráficos genéricos:

Para alivianar el trabajo de postproducción, se han creado plantillas de los diferentes gráficos genéricos utilizados en el programa.

- CUADRO INFORMATIVO O INFOBOX**:** (Ver Anexo 1-A)

Este paquete gráfico sólo debe ser utilizado para las secciones fijas Resumen Semanal, Notas de Primera, Noticia de la Semana; y las secciones itinerantes Todo por el Todo, De la Realidad a la Fantasía y Roster en Primera.

TRACK V1: **Matte Blanco, Opacidad 100%**
TRACK V2: **Matte Gris 70%, Opacidad 100%**
Center: 0, -12.37
Crop: Top 16, Bottom 11
TRACK V3: **Matte Blanco, Opacidad 65%**
Crop: Top 77, Bottom 17
TRACK V4: **Matte Gris 10%, Opacidad 39%**
Center: 0, -12.37
Crop: Left 59, Top 27, Bottom 23
TRACK V5: Video
TRACK V6: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Top 71, Bottom 30
TRACK V7: **Matte Blanco, Opacidad 100%**
Crop: Top 12, Bottom 81
TRACK V8: **Matte Gris 30%, Opacidad 100%**
Center: 0, 33.5
Crop: Top 11, Bottom 88
TRACK V9: **Logo Quieto en Primera – fondo blanco**
Scale: 25
Center: 159.16, -176.4
Crop: Top 13, Bottom 22
Filters: Luma Key (Key out Brighter)
TRACK V10: **TEXTO: "Afredo Villasmil"**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -281,114; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right o
TRACK V11: **TEXTO: "contacto@quietoenprimera.com"**
Color: Blanco, opacidad 100%
Center: 0, 38

Controls: Font Arial; Size 16; Style Bold; Alignment Left;
Origin: 11.29,132.84; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0
TRACK V12: **TEXTO: Título - Outline Text (En Mayúscula)**
Color Texto: Blanco, opacidad 100%
Color Borde: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Impact; Size 25; Style Plain; Alignment Right;
Tracking 1; Aspect 1; Center: 107.37, -131.52

- BARRAS DE INFORMACIÓN: (Ver Anexo 1-B)

Estas barras van sobre las imágenes de cualquier sección informativa, de análisis o noticiosa. En la esquina superior izquierda se coloca el tema central o el nombre de la sección. La barra inferior cambia su información constantemente para que el contenido sea completo.

También cumplen una función de “limpieza” de la imagen, ya que cubren los grafismos de la transmisión original.

Video:

TRACK V1: **Video**
TRACK V2: **Matte Blanco, Opacidad 100%**
Crop: Bottom 86
TRACK V3: **Matte Blanco, Opacidad 100%**
Crop: Top 86
TRACK V4: **Matte Gris 30%, Opacidad 100%**
Center: 0, 26.98
Crop: Top 80, Bottom 11
TRACK V5: **Matte Blanco, Opacidad 65%**
Center: 0, 38
Crop: Top 77, Bottom 17
TRACK V6: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, 71.5
Crop: Top 71, Bottom 30
TRACK V7: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, -270.91
Crop: Top 71, Bottom 30
TRACK V8: **Logo Quieto en Primera – fondo blanco**
Scale: 18
Center: 214.74, -193.26

Crop: Top 13, Bottom 22
Filters: Luma Key (Key out Brighter)

TRACK V9: **TEXTO: Informaciones**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: -0, 76
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -281,114; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 27: Crop Right 0

TRACK V10: **TEXTO: contacto@quietoenprimera.com**
Color: Blanco, opacidad 100%
Center: 274, 76.44
Controls: Font Arial; Size 16; Style Bold; Alignment Right;
Origin: 11.29,132.84; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

TRACK V11: **TEXTO: Tema Central (En Mayúscula)**
Color: Gris 40%, opacidad 100%
Center: 0, -293.4
Controls: Font Arial; Size 16; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -281, 114; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

- INSERTS:

Hay tres tipos de inserts, de acuerdo a la cantidad de información que se debe mostrar. La primera incluye dos líneas de contenido. La segunda tiene tres.

El tercero es el que se utiliza para el conductor Alfredo Villasmil Franceschi cuando no aparece en el Infobox.

• Insert con dos líneas de texto (Ver Anexo 2-A)

TRACK V1: **Video**
TRACK V2: **Matte Blanco, opacidad 100%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Bottom 27
Keyframes: Cuadro1: Crop Top 73
Cuadro 10: Crop Top 66
TRACK V3: **Matte Negro, opacidad 66%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Top 72
Keyframes: Cuadro 1: Crop Bottom 27

Cuadro 10:Crop Bottom 17
TRACK V4: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Top 73; Bottom 26
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 20: Crop Right 20
TRACK V5: **Línea de Texto 1**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -281, 102; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0
TRACK V6: **Línea de Texto 2**
Color: Gris 50%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -280, 131; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

• Insert con tres líneas de texto (Ver Anexo 2-B)

TRACK V1: **Video**
TRACK V2: **Matte Blanco, opacidad 100%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Bottom 27
Keyframes: Cuadro1: Crop Top 73
Cuadro 10: Crop Top 66
TRACK V3: **Matte Negro, opacidad 66%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Top 72
Keyframes: Cuadro 1: Crop Bottom 27
Cuadro 10:Crop Bottom 17
TRACK V4: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Top 73; Bottom 26
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 20: Crop Right 20
TRACK V5: **Línea de Texto 1**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -281, 102; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100

Cuadro 30: Crop Right 0
TRACK V6: **Línea de Texto 2**
Color: Gris 50%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -280, 131; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0
TRACKV7: **Línea de Texto 3**
Color: Gris 30%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 16; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -280, 152; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

• Insert de Alfredo Villasmil Franceschi (Ver Anexo 2-C)

TRACK V1: **Video**
TRACK V2: **Matte Blanco, opacidad 100%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Bottom 27
Keyframes: Cuadro1: Crop Top 73
Cuadro 10: Crop Top 66
TRACK V3: **Matte Negro, opacidad 66%**
Center: 0, 38
Crop: Right 20; Top 72
Keyframes: Cuadro 1: Crop Bottom 27
Cuadro 10:Crop Bottom 17
TRACK V4: **Matte Rojo, Opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Top 73; Bottom 26
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 20: Crop Right 20
TRACK V5: **TEXTO: “Alfredo Villasmil”**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Center;
Origin: -193.26, 101.17; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0
TRACK V6: **TEXTO: “avillasmil@quietoenprimera.com”**
Color: Gris 50%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Center;

Origin: -143, 126; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

- CUADROS DE INFORMACIÓN:

Hay dos secciones que contienen cuadros para mostrar información pertinente a la misma. Estas son: Venezolanos de Grandes Ligas y El Poder de los Numeritos.

• Cuadro de Información – Venezolanos de Grandes Ligas
(Ver anexo 3-A)

TRACK V1: **Matte Blanco, opacidad 100%**
TRACK V2: **Matte Gris 60%, opacidad 100%**
Center: 0, -12.37
Crop: Right 25; Top 16; Bottom 11
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V3: **Matte Blanco, opacidad 65%**
Crop: Right 25; Top 77; Bottom 17
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V4: **Matte Gris 60%, opacidad 39%**
Center: 0, -12.37
Crop: Right 25; Top 27; Bottom 23
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V5: **Matte Rojo, opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Right 25; Top 71; Bottom 30
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V6: **Matte Blanco, opacidad 100%**
Crop: Right 25; Top 12; Bottom 81
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V7: **Matte Rojo, opacidad 69%**
Center: 0, 33.5
Crop: Right 25; Top 11; Bottom 88
Keyframes: Cuadro 1: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V8: **Imagen fija silueteada del jugador**

TRACK V9: **Texto- Categorías de la Tabla de Estadísticas**
Color: Blanco, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 18; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -293.52, -136.98; Tracking 2; Aspect 1
TRACK V10: **Texto- Resultados de la Tabla de Estadísticas**
Color: Gris 70%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 18; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -292.26, -133.64; Tracking 2; Aspect 1

TRACK 11: **Texto – Cajón de Información**
Color: Gris 70%, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -285.99, -60.14; Tracking 2; Aspect 11

TRACK 12: **Texto – Nombre del Jugador**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 22; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -288.5, -164.83; Tracking 2; Aspect 1

• Cuadro de Información – El Poder de los Numeritos (Ver anexo 3-B)

TRACK V1: **Matte Blanco, opacidad 100%**
TRACK V2: **Matte Gris 70%, opacidad 100%**
Center: 0, -12.37
Crop: Right 25; Top 16; Bottom 73
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V3:**Matte Gris 60%, opacidad 73%** (Comienza 15 cuadros después)
Center: 0, -12.37
Crop: Right 25; Top 27; Bottom 12
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Bottom 74
Cuadro 15: Crop Bottom 12
TRACK V4: **Matte Blanco, opacidad 100%**
Crop: Right 25; Top 12; Bottom 81
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Left 75
Cuadro 15: Crop Left 0
TRACK V5: **Matte Rojo, opacidad 100%**
Center: 0, 33.5
Crop: Right 25; Top 11; Bottom 88

Keyframes: Cuadro inicial: Crop Bottom 75
Cuadro 15: Crop Bottom 0

TRACK V6: **Imagen fija silueteada del jugador**

TRACK V7: **Texto - Nombre del Jugador - Outline Text (En Mayúscula)**
Color Texto: Blanco, opacidad 100%
Color Borde: Negro, opacidad 100%
Center: 12.63, 0
Controls: Font Impact; Size 25; Style Plain; Alignment Right;
Tracking 1; Aspect 1; Center: -205.53, -137.3

TRACK V8: **Texto - Cajon de Diálogo 1**
Color: Gris 60%,. opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -273.19, -127.09; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

TRACK V8: **Texto - Cajon de Diálogo 2**
Color: Negro, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 20; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -273.19, -127.09; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

TRACK V9: **Texto – Título**
Color: Gris 60%,. opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Arial; Size 16; Style Bold; Alignment Left;
Origin: -86.81, -165.67; Tracking 2; Aspect 1
Keyframes: Cuadro 1: Crop Right 100
Cuadro 30: Crop Right 0

Secciones

Debido a que las presentaciones de las secciones, excepto Notas de Primera y Clínica Express, cambian cada programa dependiendo del tema central que toquen, se establecen ciertos estatutos para la construcción de las presentaciones:

• El nombre del segmento saldrá siempre sobre una franja roja, con la tipografía *Impact* en Cursiva. El tamaño de la letra dependerá de la extensión del nombre de la sección.

• El tema específico de la sección se escribirá con tipografía *Base 02*, en dos líneas: la primera roja y la segunda gris 70%

• La imagen que se utilizará en la presentación será un *freeze frame* de la toma inicial de la sección, que luego será el comienzo del segmento.

Se montaran de la siguiente manera:

TRACK V1: **Matte Blanco, opacidad 100%**
TRACK V2: **Imagen – Freeze Frame**
Efectos: Tint Color Negro
Extract
Keyframes: Cuadro inicial: Scale 120; Rotation –8
Cuadro final: Scale 100; Rotation 0
TRACK V3: **Matte Rojo, opacidad 78%**
Crop: Top 78; Bottom 14
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Right 100
Cuadro 18: Crop Right 0

TRACK V4: **Nombre de la Sección – Outline Text**
Color Texto: Blanco, opacidad 100%
Color Borde: Rojo, opacidad 100%
Center: 0, 38
Controls: Font Impact; Size 40; Style Italic; Alignment Center;
Tracking 1; Aspect 1; Center: -18.82, 145.89
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Right 100
Cuadro 25: Crop Right 0

Se puede ejemplificar a través de la presentación de la sección Poder de los Numeritos (ver Anexo 4-A) o de la sección La Comunidad del Beisbol. (ver Anexo 4-B) en el programa piloto.

• Notas de Primera - Duración: 5 seg (Ver Anexo 5-A).

TRACK V1: **Matte Blanco, opacidad 100%**
TRACK V2: **Matte Rojo, opacidad 69%**
Crop: Top 78; Bottom 12
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Left 100
Cuadro 18: Crop Left 0
TRACK V3: **Imagen Fija – Pitcher aguantando la pelota detrás de la espalda, opacidad** 33.34%

(Comienza 18 cuadros después con Cross Dissolve de 30 cuadros)
Scale: 150
Center: 116.25, 68.91
TRACK V4: **Imagen Fija – Pitcher aguantando la pelota detrás de la espalda, opacidad** 66.66%
(Comienza 36 cuadros después con Cross Dissolve de 30 cuadros)
Scale: 130
Center: 145.31, 67.78
TRACK V5: **Imagen Fija – Pitcher aguantando la pelota detrás de la espalda,** opacidad 100%
(Comienza 36 cuadros después con Cross Dissolve de 30 cuadros)
Scale: 100
Center: 171.85, 68.91
TRACK V6: **Texto – Nota de Primera – Outline Text**
(Comienza 58 cuadros después)
Color Texto: Blanco, opacidad 100%
Color Borde: Rojo, opacidad 100%
Center: 0, 0
Controls: Font Impact; Size 40; Style Italic; Alignment Center; Tracking 1; Aspect 1; Center: -109.89, 146.14
Keyframes: Cuadro inicial: Crop Right 100
Cuadro 25: Crop Right 0

• Clínica Express – Duración: 1seg., 22 cuadros (Ver 5-B)

TRACK V1: **Matte Blanco, opacidad 100%**
TRACK V2: **Imagen Fija de Jugador atrapando la pelota,** opacidad 33.34%
Scale: 150
Keyframes: Cuadro inicial: Center: 183.9, -68.65
Cuadro 54: Center: -216.88, -68.65
Cuadro 54: Scale: 150
Cuadro 59 (final): Scale: 1000
TRACK V3: **Imagen Fija de Jugador atrapando la pelota,** opacidad 66.66%
Scale: 130
Keyframes: Cuadro inicial: Center: 134.44, -13.5
Cuadro 54: Center: -88.78, -13.5
Cuadro 54: Scale: 130
Cuadro 59 (final): Scale: 1000
TRACK V4: **Gráfico – Clínica Express (Hecho por el Departamento Gráfico)**

Rotation: -12
Keyframes: Cuadro inicial: Scale: 1000
Cuadro 5: Scale: 60
Cuadro 43: Scale: 60
Cuadro 48 (final): 1000

TRACK V5: **Imagen Fija de Jugador atrapando la pelota,** opacidad 100%

Scale: 100
Keyframes: Cuadro inicial: Center: 134.44, -13.5
Cuadro inicial: Sacle: 130
Cuadro 3: Center: 59.61, 55
Cuadro 3: Scale: 100
Cuadro 54:100
Cuadro 59 (final): Scale: 1000

5.4.2.4. Planillas y Formas de Producción

Cronograma General:

Actividad	Día	Horario	Personal
Pre Producción General			
Paquete Gráfico			
Grabación de imágenes de archivo			
Producción			
Edición			
Entrega			

DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCIÓN

PAUTA 00

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCION	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474 – 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / PAUTA	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

FECHA:	HORA DE LLAMADO:	HORA DE INICIO:
LUGAR:		
DIRECCION:		
INDICACIONES:		

NOMBRE	CARGO	FUNCION ADICIONAL	TRANSPORTE

EQUIPOS Y MISCELANEOS:	RESPONSABLE:

LISTA DE INVITADOS	TRANSPORTE:	

DESCRIPCION DE LA PAUTA:

NOIA STUDIO B-348 AV. X ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

ORDEN DE ARCHIVO

OA 00

noia studio	QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	ORDEN DE ARCHIVO	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

REQUIERE:	RESPONSABLE:	
ASUNTO:		

TEMA/JUGADOR	EQUIPO	DESCRIPCION

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

ORDEN DE DISEÑO GRAFICO

ODG 00

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

ORDEN DE DIS. GRAFICO

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	**ENLACE DE PROD:**	**PROGRAMA / ORDEN**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

REQUIERE:	**RESPONSABLE:**	
ASUNTO:		

TEMA/JUGADOR	EQUIPO	DESCRIPCION

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

REPORTE DE DIGITALIZACIÓN

PD 00

noia studio	QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	REPORTE DE DIGITALIZACIÓN	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017	
PRODUCTOR: RAFAEL MENDEZ	**ENLACE DE PROD:** OSCAR ARAUJO	**PROGRAMA / ORDEN**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**

REQUIERE:	**RESPONSABLE:**	
ASUNTO:		

TEMA	PARTICIPANTE	DESCRIPCION

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

REPORTE DE PIETAJE

RP 00

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

REPORTE DE PIETAJE

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

REQUIERE:	RESPONSABLE:	
ASUNTO:		

PAUTA/CASSETTE	SECCION	DESCRIPCION

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

PAUTA DE EDICIÓN

PE 00

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

PAUTA DE EDICIÓN

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

REQUIERE:	RESPONSABLE:	
ASUNTO:		

DIA	HORARIO	ACTIVIDAD

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

EC 00

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	ESTRUCTURA DE CONTENIDOS	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO			

REQUIERE:	RESPONSABLE:	
ASUNTO:		

SECCIÓN	DURACIÓN	TIEMPO ACUMULADO	DESCRIPCIÓN

INDICACIONES GENERALES:

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

5.4 Libro de Producción del Programa Piloto

El libro de producción que se presenta a continuación documenta la producción del programa piloto de la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera. El programa piloto representa la consecución del objetivo general propuesto de adaptar las estrategias de producción de la etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, del programa de televisión Quieto en Primera a las necesidades de producción de la etapa de la temporada de Grandes Ligas.

La estructura de contenidos del programa piloto se hizo sobre la base de producir todas las secciones fijas definidas en la propuesta de tratamiento de contenidos y se escogieron secciones itinerantes que ilustren los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera. La escogencia de los temas a tratar en la secciones se hizo con el fin de optimizar la inversión de recursos en la producción de este piloto.

Por último, es importante señalar que aún cuando la producción de un piloto permite un margen de libertades respecto a la producción de una temporada real, se decidió que el cronograma debía estar sujeto a la premisa de lograr los resultados en los tiempos previstos en el manual de producción de la propuesta operativa, tomando como fecha de salida al aire la fecha de entrega de este Trabajo de Grado.

El programa piloto tiene una duración de 24 minutos y toma como fecha de salida al aire la segunda semana de Septiembre del año 2004.

5.4.1. Pre Producción

5.4.1.1. Brief de Programa

El programa piloto de Quieto en Primera para su etapa de Grandes Ligas va a tratar los contenidos de la siguiente manera: Se contará con la presencia de secciones como “El resumen semanal” que se convertirá en un análisis de las posiciones de los equipos con mayor oportunidad de clasificar a la post temporada; “Clínica Express” la cual ha sido escogida por su fácil producción; “Quieto Ahí” que se realizará en el mismo lugar donde se grabarán todas las participaciones del conductor Alfredo Villasmil Franceschi; la sección “Venezolanos de Grandes Ligas”, también a manera de resumen de la actuación de los jugadores venezolanos; “La Noticia de la Semana” dedicada al posible regreso de Andrés Galárraga a las Grandes Ligas; “El Poder de los Numeritos” dedicado a Johan Santana; “La Comunidad del Béisbol” con una entrevista a Juan Carlos Ayala, pintor de jugadores de Grandes Ligas venezolanos; “Semblanza” a Barry Bonds con motivo de los *records* que ha roto esta temporada; “Juego trancao” con la participación de personas cercanas al conductor del programa; la “Pregunta de la Semana”, que simulará la respuesta a la pregunta de la semana anterior y presentará a manera de interrogante el resumen de las mejores jugadas; las “Notas de Primera” con las últimas noticias ocurridas hasta el momento en la Grandes Ligas; y la despedida del programa.

5.4.1.2. Estructura de Contenidos

Negro 1:

-Presentación Gráfica

-Preview del Programa

-Introducción del programa con Alfredo Villasmil en *Info Box,* junto con un resumen de las posiciones de los equipos de Grandes Ligas.

-Resumen del Programa

-Clínica Express

-Quieto Ahí

Negro 2:

-Venezolanos de Grandes Ligas

-Noticia de la Semana

-El Poder de los Numeritos

-Comunidad del Béisbol

-Notas de Primera

Negro 3:

-Semblanza

-Pregunta de la Semana

-Juego Trancao

-Mejores Jugadas

-Despedida

-Coletilla de Créditos

5.4.1.3. Briefs de Secciones

-Resumen Semanal:

En esta oportunidad tiene como objeto presentar una fotografía de los equipos con mayor oportunidad en las seis divisiones de las Grandes Ligas y la carrera por el “Wild Card”. Duración: 3 minutos aprox.

-Clínica Express:

Se darán consejos sobre técnicas de agarre del bate de béisbol. Duración: 45 segundos aprox.

-Quieto Ahí:

Se aprovechará la ocasión del Estadio Vidal López en Caracas, que sirve como marco de referencia para las intervenciones de Alfredo Villasmil Franceschi, donde los Leones del Caracas desarrollan un campamento vacacional para jóvenes entre 14 y 18 años de edad. En esta sección se tomarán en cuenta las opiniones de los jóvenes sobre la situación de las Grandes Ligas. Duración: 1 minuto aprox.

-Venezolanos de Grandes Ligas:

Se repasará la actuación de Carlos Guillén, Bob Abreu, Richard Hidalgo y Carlos Zambrano en las Grandes Ligas a los largo de toda la temporada. Duración: 2 minutos aprox.

-Noticia de la Semana

Se analizará el caso del posible regreso de Andres Galárraga a las Grandes Ligas con los Angelinos de Anaheim. Duración: 3 mminutos y medio aprox.

-El Poder de los Numeritos

En esta oportunidad se hace interpretación de los números y estadísticas de Johan Santana hasta la fecha y su significación en el mundo del béisbol. Duración: un minuto y medio aprox.

-Comunidad del Béisbol

Visita al hogar del la familia Ayala donde el artista Juan Carlos Ayala comentará sobre su arte dedicado al béisbol. Duración: 2 minutos aprox.

-Notas de Primera

Información de última hora respecto al mundo del beisbol. Se contaba con la participación de informaciones sobre la actuación de Barry Bonds en busca de la obtención de los 700 cuadrangulares de por vida. Duración: 1 minuto aprox.

-Semblanza

Semblanza sobre la carrera de Barry Bonds, el jugador de mayor renombre en la actualidad. Duración: 2 minutos y medio aprox.

-Pregunta de la Semana

Respuesta ficticia (por ser un piloto) de la pregunta de la semana anterior sobre el jugador con más *Grand Slams* en una temporada, junto con la formulación de esta semana relacionada con Barry Bonds. Duración: 30 segundos aprox.

-Juego Trancao

Será la última sección en producir, lo cual se hará durante la realización de un partido donde este involucrado uno o varios equipos en la pelea por la clasificación, y tendrá como tema central la discusión sobre las

posibilidades de pase a la post temporada de éste o estos equipos. Duración: 3 minutos aprox.

-Mejores Jugadas

Selección de las mejores jugadas de la semana. Duración: 30 segundos aprox.

5.4.1.4. Libreto Referencial

A continuación se presentará un esbozo del libreto referencial utilizado para la grabación de las intervenciones del conductor del programa Quieto en Primera, Alfredo Villasmil Franceschi. Se recuerda que la característica más importante del presente libreto es que sólo le servirá al talento como guía a la hora de presentarse en cámara, ya que las informaciones más importantes son manejadas ampliamente por el conductor por ser un periodista con largos años de experiencia dentro del medio periodístico de deportes.

QUIETO EN PRIMERA	
COLETILLA DE INICIO INTRODUCCIÓN Y RESUMEN DE POSICIONES PLANO MEDIO DE ALFREDO VILLASMIL PLANO MEDIO CORTO	**LEE: ALFREDO VILLASMIL FRANCESCHI** **=== SIGUE CÁMARA ===** MI NOMBRE ES ALFREDO VILLASMIL FRANCESCHI Y SEAN BIENVENIDOS UNA VEZ MAS A QUIETO EN PRIMERA. HOY DESDE EL ESTADIO VIDAL LOPEZ EN CARCAS DONDE LOS LEONES DEL CARACAS REALIZAN UN CAMPAMENTO VACACIONAL PARA LOS NIÑOS Y JOVENES DEL BEISBOL.. COMENZAREMOS NUESTRO PROGRAMA DE HOY HABLANDO DE LOS EQUIPOS QUE PARA LA FECHA, A SOLO UN MES PARA EL FINAL DE LAS GRANDES LIGAS, GOZAN DE LAS MEJORES OPORTUNIDADES PARA COLARSE, EN LA FIESTA DE OTOÑO, LA POSTEMPORADA!!! **=== SIGUE OFF ===** LA LIGA NACIONAL TIENE A UN EQUIPO VIRTUALMENTE CLASIFICADO Y A OTRO MUY COMODO. EL PRIMERO SON LOS **=== SIGUE OFF ===**

	=== SIGUE OFF === CARDENALES DE SAN LUIS, GRACIAS AL PODER DE ALBERT PUJOLS, SCOTT ROLEN Y JIM EDMONDS Y DE SUS SECUACES, LOS PITCHERS CARPENTER, MARQUIS Y SUPPAN, MANTIENEN 15 JUEGOS DE DISTANCIA ANTES LOS CACHORROS DE CHICAGO EN LA DIVISION CENTRAL. DE LOS BRAVOS DE ATLANTA, POR SU PARTE, HAN SACADO OCHO JUEGOS Y MEDIO AL MAS CERCANO DE SUS RIVALES DEL ESTE: LOS CAMPEONES DEFENSORES DE LA FLORIDA. EN EL OESTE, AUNQUE NO TAN COMODOS, LOS DODGERS DE LOS ANGELES SE PRESENTAN COMO POSIBLES CAMPEONES DIVISIONALES CON EL IMPULSO DE LA SENSACION DE LA CAMPAÑA, ADRIAN BELTRE, Y DE UN CONJUNTO QUE GANA LOS PARTIDOS QUE TIENE QUE GANAR. EN LA AMERICANA, SOLO LOS MELLIZOS DE MINESOTA LUCEN SIN **=== SIGUE OFF ===**

	=== SIGUE OFF === PROBLEMAS, AUNQUE ESTO LE PESE AL VENEZOLANO OSWALDO GUILLEN Y SUS MEDIAS BLANCAS DE CHICAGO, QUIENES ESTAN A OCHO JUEGOS DE LA PUNTA, EN EL TERCER LUGAR DE LA DIVISION CENTRAL. LOS MELLIZOS TIENEN CINCO JUEGOS DE VENTAJA CON RESPECTO A CLEVELAND, EN PARTE A LA MAGNIFICA LABOR DEL VENEZOLANO JOHAN SANTANA. EN EL ESTE, LOS YANKEES DE NUEVA YORK, SE VEN ACECHADOS POR SUS ACERRIMOS RIVALES LOS MEDIAS ROJAS DE BOSTON QUE VIVEN UN GRAN MOMENTO CON NUEVE Y UNO EN SUS ULTIMOS DIE PARTIDOS, Y UNA RACHA DE SEIS JUEGOS GANADOS. LA DIFERENCIA ENTRE ESTOS DOS EQUIPOS ES DE 4 JUEGOS Y MEDIO. EL OESTE DE LA AMERICANA ES LA DIVISION MAS CALIENTE DE LAS MAYORES. TRES EQUIPOS LUCHAN POR EL PASE A LA **=== SIGUE OFF ===**

PLANOMEDIO	**=== SIGUE OFF ===** POSTEMPORADA: LOS LIDERES, LOS ATLETICOS DE OAKLAND, SEGUIDOS DE CERCA POR LOS ANGELINOS DE ANAHEIM Y LOS REANGERS DE TEXAS, A DOS Y TRES JUEGOS Y MEDIO, RESPECTIVAMENTE. **=== SIGUE CÁMARA ===** LA LUCHA POR EL WILDCARD EN AMBAS LIGAS ES A MUERTE, COMO YA ES COSTUMBRE EN ESTE FORMATO DE COMODIN. EN LA NACIONAL, TRES EQUIPOS AMANECEN EL DIA DE HOY EMPATADOS COMO COMODIN: EL EQUIPO DEL NUEVO CACHORRO GARCIA PARRA, LOS PADRES DE SAN DIEGO Y LOS GIGANTES DE SAN FRANCISCO DE BARRY BONDS. OTROS TRES EQUIPOS NO ESTAN TAN LEJOS: FLORIDA, HOUSTON Y FILADELFIA. SI LA TEMPORADA TERMINASE HOY, BOSTON SERIA EL CUARTO CLASIFICADO DE LA AMERICANA CON JUEGO Y MEDIO SOBRE **=== SIGUE CÁMARA ===**

	=== SIGUE CÁMARA === ANAHEIM Y TRES SOBRE TEXAS. **=== SIGUE OFF ===** LO INTERESANTE DEL ASUNTO ES QUE NOS ESPERA UN MES DE SEPTIEMBRE DE UN NIVEL CASI DE POSTEMPORADA, PORQUE GRAN PARTE DE LOS INVOLUCRADOS EN LA PELEA JUEGAN ENTRE SI EN LAS CUATRO SEMANAS QUE FALTAN. HOY, LA NUEVA SECCION QUIETO AHÍ, DONDE LES PREGUNTAMOS A UDS, LOS FANATICOS SUS OPINIONES SOBRE LAS GRANDES LIGAS, TENDRA COMO PROTAGONISTAS LOS GRANDES LIGAS DEL FUTURO EN EL CAMPAMENTO VACACIONAL DE LOS LEONES DEL CARACAS. **=== SIGUE CÁMARA ===** NO SE VAYAN PORQUE AL REGRESO MUCHO MAS DE QUIETO EN PRIMERA. **=== SIGUE COLETILLA ===**
COLETILLA DE SALIDA **FADE OUT** **FIN DE PRIMER NEGRO**	

COLETILLA DE ENTRADA	**=== SIGUE CÁMARA ===** Y AHORA LOS VENEZOLANOS EN LAS GRANDES LIGAS **=== SIGUE OFF ===** COMENTARIOS SOBRE LA ACTUACION DE CARLSO GUILLÉN, CARLOS ZAMBRANO, RICHARD HIDALGO Y BOB ABREU. **=== SIGUE CÁMARA ===**
PLANO MEDIO	LA NOTICIA DE LA SEMANA NO PODIA SER OTRA QUE EL REGRESO DE ANDRES GALARRAGA. TODA VENEZUELA ESPERA EL REGRESO DEL GRAN GATO CUALQUIERA DE ESTOS DIAS. LA GERENCIA DE SU NUEVO EQUIPO, LOS ANGELINOS DE ANAHEIM HAN ANUNCIADO QUE GALARRAGA PODRIA VESTIR EL UNIFORME EL DIA PRIMERO DE SEPTIEMBRE. GALARRAGA LO HA HECHO MUY BIEN EN LA SUCURSAL TRIPLE A DE LOS DE CALIFORNIA CON UN PROMEDIO DE MAS DE XXX PUNTOS Y YA UNOS CUANTOS JONRONES. GALARRAGA QUIEN A SUPERADO **=== SIGUE CÁMARA ===**

	=== SIGUE CÁMARA === SU LUCHA CONTRA EL CANCER POR SEGUNDA VEZ RECIBE ESTA NUEVA OPORTUNIDAD PARA CONECTAR LOS DOS JONRONES QUE LE FALTAN PARA ALCANZAR CUATROCIENTOS CUADRANGULARES. RECORDEMOS LO QUE NOS DIJO GALARRAGA HACE UNOS MESES EN LA RUEDA DE PRENSA QUE DIO EN CARACAS. **=== SIGUE OFF ===** CONOZCAMOS, EL PODER DE LOS NUMERITOS COMENTARIOS SOBRE JOHAN SANTANA Y SUS POSIBILIDADES DE SER EL CY YOUNG, LOS DOS JUEGOS GANADOS LA SEMANA PASADA. **=== SIGUE CÁMARA ==** JUAN CARLOS AYALA ES UN FANATICO DEL BEISBOL RECONOCIDO POR PINTAR, SI PINTAR, SU GRANDES IDOLOS. **=== SIGUE OFF ===**

	=== SIGUE OFF === ESTUVIMOS EN SU CASA EN LA URBANIZACION DE PRADOS DEL ESTE EN CARACAS DONDE NOS DEMOSTRO QUE VIVE UNA ARTISTICA AFICION. EN VENEZUELA, SE DESAYUNA, SE ALMUERZA Y SE CENA BEISBOL. POR ESO SOMOS LA COMUNIDAD DEL BEISBOL **=== SIGUE OFF ===** LO ULTIMO, RECIEN SALIDAS DEL HORNO, LAS NOTAS DE PRIMERA **=== SIGUE CÁMARA ===**
PLANO MEDIO	COMENTARIOS DE LOS HECHOS MÁS IMPORTANTES EN LA SGRANDES LIGAS. RESALTAR NOTA SOBRE LA ACTUACIÓN DE BARRY BONDS. **=== SIGUE OFF ===** NO SE VAYAN, YA REGRESAMOS CON EL FINAL DE QUIETO EN PRIMERA. **=== SIGUE COLETILLA ===**
COLETILLA DE SALIDA **FADE OUT** **FIN DE SEGUNDO NEGRO**	

FADE IN **COLETILLA DE ENTRADA** PLANO MEDIO	**=== SIGUE CÁMARA ===** ESTA SEMANA LA SEMBLANZA DE LA SEMANA ES BARRY BONDS. **=== SIGUE OFF ===** COMENTARIOS SOBRE BARRY BONDS. SU CARRERA, VIDA FAMILIAR, SUS RECORDS. HABLAR SOBRE RUTH, AARON Y LA RELACION CON LOS FANATICOS Y PERIODISTAS. **=== SIGUE CÁMARA ===** LA RESPUESTA A LA PREGUNTA DE LA SEMANA PASADA SOBRE ¿QUIÉN ES EL JUGADOR CON MAS GRAND SLAMS EN UNA CAMPAÑA? ES: DOM MATTINGLY QUIEN EN 1987 CONECTO 6 BATAZOS CON BASES LLENAS PARA LA CAUSA DE LOS YANKEES. Y EL GANADOR ES JOSE AMILCAR SOLORZANO, DE CARACAS QUIEN SE GANO LA OPORTUNIDAD DE ESTAR CON NOSOTROS ESTA SEMANA EN LA SECCION JUEGO TRANCAO, ADEMAS DE UNA GORRA DE SU EQUIPO FAVORITO LOS MEDIAS ROJAS DE BOSTON. **=== SIGUE CÁMARA ===**

PLANO MEDIO	**=== SIGUE CÁMARA ===** LA PREGUNTA DE ESTA SEMANA ES. **=== SIGUE OFF ===** SIGUIENDO CON BARRY BONDS, ¿EN QUE AÑO ESTE JUGADOR ALCANZO MAS DE CUARENTA BASES ROBADAS Y CUARENTA CUADRANGULARES? NO SE OLVIDEN, ENVIEN SUS DATOS Y RESPUESTA AL CORREO CONTACTO@QUIETOENPRIMERA.COM DONDE TAMBIEN ESPERAMOS SUS COMENTARIOS, PREGUNTAS Y SUGERENCIAS. **=== SIGUE CÁMARA ===** ESTA SEMANA NOS REUNIMOS EN LA CASA DE NUESTRO PRODUCTOR RAFAEL MENDEZ PARA DIVERTIRNOS UN RATO, VIENDO UN PARTIDO DE BEISBOL, REFRESCANDONOS UN POCO Y HABLANDO DE LOS QUE MAS NOS GUSTA, EL BEISBOL. TODO ESTO AL SON DE LAS PIEDRAS DE DOMINO. ESTA ES LA SECCION SENSACION **=== SIGUE CÁMARA ===**

PLANO MEDIO **COLETILLA DE CRÉDITOS** **FADE OUT** **FIN DEL PROGRAMA**	**=== SIGUE CÁMARA ===** DE QUIETO EN PRIMERA: JUEGO TRANCAO. LOS PARTICIPANTES DE ESTA SEMANA FUERON: FELIZ ROSI, AMILCAR SOLÓRZANO, OSCAR ARAUJO, Y MI PERSONA. Y EL TEMA CENTRAL FUE LA CLASIFICACIÓN DE LOS EQUIPOS PARA LA POST TEMPORADA. **=== SIGUE OFF ===** ANTES DE IRNOS, LA LISTA DE LAS MEJORES JUGADAS DE QUIETO EN PRIMERA. **=== SIGUE CÁMARA ===** ESO FUE TODO EN ESTE PROGRAMA DE QUIETO EN PRIMERA, LES HABLO ALFREDO VILLASMIL FRANCESCHI. LOS ESPERAMOS LA PROXIMA SEMANA. **=== SIGUE CRÉDITOS ===**

5.4.1.5. Desglose de Producción

Pauta 1: Entrevista con Juan Carlos Ayala

Lugar: Casa familia Ayala. Urb. Prados del Este. Avenida Principal.

Equipo de Producción: Productor General/Camarógrafo
Enlace de Producción

Equipos y Misceláneos: Cámara NSDV01
Micrófono NSMIC01 y cable
Kit de iluminación (2 Clamp 220 vatios con trípode)
Rebotador
Cassette Minidv

Talento / Invitados: Juan Carlos Ayala

Pauta 2: Grabación Clínica Express

Lugar: Casa familia Méndez. Urb. Alto Prado. B-348. Av. 9

Equipo de Producción: Productor General/Camarógrafo
Asistente de Producción

Equipos y Misceláneos: Cámaras NSDV01
Micrófono NSMIC01, cable y paral
Kit de iluminación (2 luces de trabajo de 500 vatios con trípode. Clamp de 200 vatios con trípode)
Cortina Blanca
Cassette Minidv

Talento / Invitados: Jorge González

Pauta 3: Grabación Juego Trancao

Lugar: Casa familia Méndez. Urb. Alto Prado. B-348. Av. 9

Equipo de Producción: Productor General/Camarógrafo
Camarógrafo

	Enlace de Producción
Equipos y Misceláneos:	Cámaras NSDV01 y NSDV02
	Micrófono NSMIC01, cable y paral
	Kit de iluminación (2 luces de trabajo de 500 vatios con trípode. Clamp de 200 vatios con trípode)
	Cassette Minidv
Talento / Invitados:	Alfredo Villasmil Franceschi
	Amilcar Solórzano
	Felix Rosi
	Oscar Araujo
	José Méndez
	Gerardo Avendaño

Pauta 4: Grabación Alfredo Villasmil y Quieto Ahí

Lugar: Estadio Vidal López. Urb. El Cafetal

Equipo de Producción:	Productor General/Camarógrafo
	Enlace de Producción/Asistente de Producción
	Asistente de Producción / Transporte
Equipos y Misceláneos:	Cámara NSDV01
	Micrófono NSMIC01 con cable
	Rebotador
	Casetes Minidv
Talento / Invitados:	Alfredo Villasmil Franceschi
	Campamentos Los Leones del Caracas

5.4.1.6. Estimado de Gastos

Item	Costo	Descripción	Total
Personal			
Productor	200.000 Bs.	Por Programa	200.000 Bs.
Enlace de Producción	125.000 Bs.	Por Programa	125.000 Bs.
Asistente de Producción	125.000 Bs.	Por Programa	125.000 Bs.
Diseñador Gráfico	125.000 Bs.	Por Programa	125.000 Bs.
Editor	200.000 Bs.	Por Programa	200.000 Bs.
Camarógrafo 1	100.000 Bs.	Por pauta de grabación (4)	400.000 Bs.
Camarógrafo 2	100.000 Bs.	Por pauta de grabación (1)	100.000 Bs.
Talento			
Conductor	200.000 Bs.	Por Programa	200.000 Bs.
Modelo	100.000 Bs.	Por pauta de grabación (1)	100.000 Bs.
Equipos			
Kit básico de iluminación	75.000 Bs.	Por Programa	300.000 Bs.
Cámara	200.000 Bs	Por Pauta de Grabación (5)	1.000.000 Bs.
Micrófono	25.000 Bs.	Por Pauta de grabación (4)	100.000 Bs.

Item	Costo	Descripción	Total
Casete Minidv	30.000 Bs.	4	120.000 Bs.
Edición			
Sala de Edición	800.000 Bs.	Por Programa	800.000 Bs.
Viáticos	100.000 Bs.	Por Programa	100.000 Bs.
Transporte	25.000 Bs.	Por Pauta (2)	50.000 Bs
		TOTAL	4.045.000 Bs.

5.4.1.7. Lista de Entrevistados e invitados

- Juan Carlos Ayala
- Amilcar Solórzano
- Felix Rossi
- Oscar Araujo
- Rubén López
- Oscar Mateo
- Johny Lara
- Arin Rodríguez
- Andrés Galarraga

5.4.1.8. Cronograma General

Actividad	Día	Horario	Personal
Pre Producción General	Lunes 30/ 8 Al Jueves 2/ 9	8:00 am – 12:00 pm 2:00 pm – 6:00 pm	-Productor -Talento y Asesor -Enlace de producción
Paquete Gráfico	Lunes 30/ 8 Al Jueves 2/ 9	8:00 pm – 12:00 pm 2:00 pm – 6:00 pm	Diseñador Gráfico
Grabación de imágenes de archivo	Lunes 30/ 8 Al Lunes 6/ 9	2:00 pm – 10:00 pm	Enlace de Producción
Producción	Miércoles 1/ 9 Al Lunes 6/ 9	8:00 am – 12:00 pm 2:00 pm – 6:00 pm	-Productor -Camarógrafo -Asist. De Producción -Enlace de producción
Edición	Jueves 2/ 9 Al Miércoles 8/ 9	8:00 pm – 12:00 pm 2:00 pm – 6:00 pm	Editor
Entrega	Miércoles 8/ 9	2:00 pm	Productor

5.4.2. Producción

5.4.2.1. Plan de Grabación por llamado

Pauta Día 1:

Fecha: Jueves 2 de Septiembre de 2004

Hora: Llamado 8:00 am

1 Grabación 9:00 am

Lugar: Casa familia Ayala. Urb. Prados del Este. Av. Principal. Quinta Abue.

Grabación: Entrevista a Juan Carlos Ayala.

Pauta Día 2:

Fecha: Viernes 3 de Septiembre de 2004

Hora: Llamado 8:00 am

1 Grabación 9:00 am

Lugar: Casa familia Méndez. B348. Av 9. Urb. Alto Prado.

Grabación: Clínica Express

Pauta Día 3:

Fecha: Sábado 4 de Septiembre de 2004

Hora: Llamado 7:00 pm

1 Grabación 8:00 pm

Lugar: Casa familia Méndez. B348. Av. 9. Urb. Alto Prado

Grabación: Juego trancao

Pauta Día 4:

Fecha: Lunes 6 de Septiembre de 2004

Hora: Llamado 8:00 am

1 Grabación 9:00 am

Lugar: Estadio Vidal López. Urb. Cafetal
Grabación: Intervenciones del Conductor
Quieto Ahí

5.4.2.3. Releases y Permisos

Para asegurar la legalidad de la utilización de la imagen de los entrevistados que formaron parte del programa piloto de la etapa Grandes Ligas del programa Quieto en Primera se procedió a la utilización de *releases* y permisos.

Caracas, Agosto 2004

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo _____, portador de la C. I. _____ expreso mi voluntad para, en calidad de proveedor de imágenes y/o poniendo a disposición el material referido a _____, colaborar en la realización del programa piloto de la nueva etapa de Quieto en Primera.

De esta manera, autorizo a los productores del programa para utilizar la imagen a ser difundida por cualquier medio.

_____

Firma

Caracas, Agosto 2004

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo _____, portador de la C. I. _____ expreso mi voluntad para, en calidad de proveedor de imágenes y/o poniendo a disposición el material referido a _____, colaborar en la realización del programa piloto de la nueva etapa de Quieto en Primera.

De esta manera, autorizo a los productores del programa para utilizar la imagen a ser difundida por cualquier medio.

_____

Firma

Caracas, Agosto 2004

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo _____, portador de la C. I. _____ expreso mi voluntad para, en calidad de proveedor de imágenes y/o poniendo a disposición el material referido a _____, colaborar en la realización del programa piloto de la nueva etapa de Quieto en Primera.

De esta manera, autorizo a los productores del programa para utilizar la imagen a ser difundida por cualquier medio.

_____

Firma

Caracas, Agosto 2004

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo _____, portador de la C. I. _____ expreso mi voluntad para, en calidad de proveedor de imágenes y/o poniendo a disposición el material referido a _____, colaborar en la realización del programa piloto de la nueva etapa de Quieto en Primera.

De esta manera, autorizo a los productores del programa para utilizar la imagen a ser difundida por cualquier medio.

_____

Firma

Caracas, Agosto 2004

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo _____, portador de la C. I. _____ expreso mi voluntad para, en calidad de proveedor de imágenes y/o poniendo a disposición el material referido a _____, colaborar en la realización del programa piloto de la nueva etapa de Quieto en Primera.

De esta manera, autorizo a los productores del programa para utilizar la imagen a ser difundida por cualquier medio.

_____

Firma

5.4.2.4. Planillas y Formas de Producción

DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCIÓN

PAUTA 01

noia studio	**QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS**	**DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCION**	**TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474 – 0414 5210017**

PRODUCTOR:	**ENLACE DE PROD:**	**PROGRAMA / PAUTA**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – PAUTA 01	AGO. 31, 2004	SEPT. 8, 2004

FECHA: SEP. 6, 2004	**HORA DE LLAMADO:** 8:00 AM	**HORA DE INICIO**: 9:00 PM
LUGAR:	ESTADIO VIDAL LOPEZ DEL CAFETAL	
DIRECCION:	DIRECCION	
INDICACIONES:	EN LA BP DEL CAFETAL A LA IZQ, SIGUIENTE SEMAFORO A LA DER.	

NOMBRE	**CARGO**	**FUNCION ADICIONAL**	**TRANSPORTE**
RAFAEL MENDEZ	PRODUCTOR GENERAL	CAMARA	PROPIO
OSCAR ARAUJO	ENLACE DE PRODUCCION	ASIST. DE PRODUCCION	LEO TRUJILLO
LEO TRUJILLO	ASIST. DE PRODUCCION	TRANSPORTE	PROPIO
ALFREDO VILLASMIL	CONDUCTOR / ASESOR	CONDUCTOR	RAFAEL MENDEZ
-	-	-	-
-	-	-	-

EQUIPOS Y MISCELANEOS:	**RESPONSABLE:**
CAMARA NSDV01, CASSTTES	RAFAEL MENDEZ
MICROFONO NSMIC01 Y CABLE, REBOTADOR	OSCAR ARAUJO
-	-
-	-
-	-

LISTA DE INVITADOS	**TRANSPORTE:**	
JOVENES DEL CAMPAMENTO	RAFAEL MENDEZ	-
-	LEO TRUJILLO	-

DESCRIPCION DE LA PAUTA:

GRABACION DE LAS PRESENTACIONES Y SONIDOS DE ALFREDO VILLASMIL DE TODAS LAS SECCCIONES. ENTREVISTAS DE JOVENES DEL CAMPAMENTO DE LOS LEONES PARA LA SECCION QUIETO AHÍ.

DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCIÓN

PAUTA 02

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCION	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474 – 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / PAUTA	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – PAUTA 02	SEP. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

FECHA: SEP. 4, 2004	**HORA DE LLAMADO:** 7:00 PM	**HORA DE INICIO**: 8:00 PM
LUGAR:	CASA FAMILIA MENDEZ	
DIRECCION:	B348. AV.9 . ALTO PRADO	
INDICACIONES:	FRENTE AL POLIDEPORTIVO	

NOMBRE	CARGO	FUNCION ADICIONAL	TRANSPORTE
RAFAEL MENDEZ	PRODUCTOR GENERAL	CAMARA	PROPIO
OSCAR ARAUJO	ENLACE DE PRODUCCION	ASIST. DE PRODUCCION	LEO TRUJILLO
JOSE MANUEL PAGANI	EDITOR	CAMARA	PROPIO
ALFREDO VILLASMIL	CONDUCTOR / ASESOR	CONDUCTOR	RAFAEL MENDEZ
-	-	-	-
-	-	-	-

EQUIPOS Y MISCELANEOS:	**RESPONSABLE:**
CAMARA NSDV01, CAMARA NSDV02,	RAFAEL MENDEZ
MICROFONO NSMIC01, PARAL, CABLE,	OSCAR ARAUJO
- CASSETTES, REBOTADOR	-
-	-
-	-

LISTA DE INVITADOS	**TRANSPORTE:**	
Amilcar Solórzano, Jose Mendez, Felix Rosi, Gerardo Abeldaño	RAFAEL MENDEZ	-
-	LEO TRUJILLO	-

DESCRIPCION DE LA PAUTA:

GRABACION DE SECCIÓN “JUEGO TRANCAO”

DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCIÓN

PAUTA 03

noia studio	**QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS**	**DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCION**	**TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017**

PRODUCTOR:	**ENLACE DE PROD:**	**PROGRAMA / PAUTA**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – PAUTA 03	SEP. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

FECHA: SEP. 3, 2004	**HORA DE LLAMADO:** 8:00 AM	**HORA DE INICIO**: 9:00 PM
LUGAR:	CASA FAMILIA MENDEZ	
DIRECCION:	B348. AV. 9. ALTO PRADO	
INDICACIONES:	FRENTE AL POLIDEPORTIVO	

NOMBRE	**CARGO**	**FUNCION ADICIONAL**	**TRANSPORTE**
RAFAEL MENDEZ	PRODUCTOR GENERAL	CAMARA	PROPIO
OSCAR ARAUJO	ENLACE DE PRODUCCION	ASIST. DE PRODUCCION	PROPIO
-	-	-	-
-	-	-	-

EQUIPOS Y MISCELANEOS:	**RESPONSABLE:**
CAMARA NSDV01, CASSTTES	RAFAEL MENDEZ
MICROFONO NSMIC01 Y CABLE, REBOTADOR	
-	-
-	-
-	-

LISTA DE INVITADOS	**TRANSPORTE:**	
JORGE GONZALEZ	RAFAEL MENDEZ	-
-		-

DESCRIPCION DE LA PAUTA:

GRABACION DE LA SECCIÓN “CLÍNICA EXPRESS”

DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCIÓN

PAUTA 04

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	DESGLOSE / LLAMADO / PAUTA DE PRODUCCION	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474 – 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / PAUTA	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – PAUTA 04	SEP. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

FECHA: SEP. 2, 2004	**HORA DE LLAMADO:** 8:00 AM	**HORA DE INICIO**: 9:00 PM
LUGAR:	CASA FAMILIA AYALA	
DIRECCION:	AVENIDA PRINCIPAL. ALTO PRADO. QTA. ABUE	
INDICACIONES:	FRENTE A GALERÍAS PRADO	

NOMBRE	CARGO	FUNCION ADICIONAL	TRANSPORTE
RAFAEL MENDEZ	PRODUCTOR GENERAL	CAMARA	PROPIO
OSCAR ARAUJO	ENLACE DE PRODUCCION	ASIST. DE PRODUCCION	RAFAEL MENDEZ
-	-	-	-
-	-	-	-

EQUIPOS Y MISCELANEOS:	**RESPONSABLE:**
CAMARA NSDV01, CASSETTES	RAFAEL MENDEZ
MICROFONO NSMIC01 Y CABLE, REBOTADOR	OSCAR ARAUJO
-	-
-	-
-	-

LISTA DE INVITADOS	**TRANSPORTE:**	
JUAN CARLOS AYALA	RAFAEL MENDEZ	-
-		-

DESCRIPCION DE LA PAUTA:

GRABACION DE LA SECCIÓN “COMUNIDAD DEL BEISBOL”

ORDEN DE ARCHIVO

OA 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

ORDEN DE ARCHIVO

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – OA 01	SEPT. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

REQUIERE: R. MENDEZ

RESPONSABLE: O. ARAUJO

ASUNTO: TOMAS VARIAS DE MLB

TEMA/JUGADOR	EQUIPO	DESCRIPCION
CLASIFICACION	SL. CARD	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	NYY	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	LA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	SF	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	OAK	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	ANA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	BOS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	ATL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	FLA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	CHC	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	CHS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	CLE	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	MIN	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
CLASIFICACION	TEX	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO

INDICACIONES GENERALES:

TAMAS LIMPIAS DE JUEGOS O RESUMENES CON DESEMPEÑO POSITIVO DE LOS EQUIPOS

ORDEN DE ARCHIVO

OA 02

noia studio	**QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS**	**ORDEN DE ARCHIVO**	**TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017**

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – OA 02	SEPT. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

REQUIERE: R.MENDEZ	**RESPONSABLE:** O.ARAUJO	
ASUNTO: TOMAS VARIAS DE MLB		

TEMA/JUGADOR	EQUIPO	DESCRIPCION
S. ROLEN	SL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
A. PUJOLS	SL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
L.WALKER	SL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
A. CABRERA	PASTORA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
RUTH	ARCHIVO MLB NYY	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
B. BONDS	SF	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
B. ABREU	PHI	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
B. BONDS SR.	SF	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
C. ZAMBRANO	CHC	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
C. SCHILLING	BOS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
E. RENTERIA	SL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
F. RODRIGUEZ	ANA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
F. THOMAS	CHS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
A. GALARRAGA	ARCHIVO NS	APOYO RUEDA DE PRENSA
H. AARON	ARCHIVO MLB ATL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
J. SANTANA	MIN	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
K. ESCOBAR	ANA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
M. ORDOÑEZ	CHS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
M. MORRIS	SL	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
P. MARTINEZ	BOS	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
R. HIDALGO	NYM	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
T. GLAUS	ANA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
W. MAYS	ARCHIVO MLB SF	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO
C. GUILLEN	DET	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO

INDICACIONES GENERALES:

TOMAS LIMPIAS DE LOS JUGADORES CON DESEMPEÑO POSITIVO, IMÁGENES DE APOYO PARA LAS SECCIONES DE GALARRAGA, BONDS Y JOHAN SANTANA

ORDEN DE DISEÑO GRAFICO

ODG 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

ORDEN DE DIS. GRAFICO

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – ODG 02	SEPT. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

REQUIERE: JM PAGANI | **RESPONSABLE:** A. SISCO

ASUNTO: FOTOGRAFIAS Y SILUETAS

TEMA/JUGADOR	EQUIPO	DESCRIPCION
S. ROLEN	SL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
A. PUJOLS	SL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
L.WALKER	SL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
A. CABRERA	PASTORA	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
RUTH	ARCHIVO MLB NYY	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
B. BONDS	SF	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
B. ABREU	PHI	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
B. BONDS SR.	SF	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
C. ZAMBRANO	CHC	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
C. SCHILLING	BOS	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
E. RENTERIA	SL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
F. RODRIGUEZ	ANA	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
F. THOMAS	CHS	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
A. GALARRAGA	ARCHIVO NS	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
H. AARON	ARCHIVO MLB ATL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
J. SANTANA	MIN	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
K. ESCOBAR	ANA	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
M. ORDOÑEZ	CHS	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
M. MORRIS	SL	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
P. MARTINEZ	BOS	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
R. HIDALGO	NYM	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
T. GLAUS	ANA	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
W. MAYS	ARCHIVO MLB SF	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO
C. GUILLEN	DET	FOTOGRAFIAS Y SILUETAS CON FONDO SEPARADO

INDICACIONES GENERALES:

TOMAS LIMPIAS DE LOS JUGADORES CON DESEMPEÑO POSITIVO, IMÁGENES DE APOYO PARA LAS SECCIONES DE GALARRAGA, BONDS Y JOHAN SANTANA

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

REPORTE ESPECIAL

RE01

noia studio	**QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS**	**MEMO**	**TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017**	
PRODUCTOR:	**ENLACE DE PROD:**	**PROGRAMA / ORDEN**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – RE 01	SEP. 6, 2004	SEPT. 8, 2004

PRODUCTOR: R. MENDEZ

ASUNTO: CONSTANCIA DE CAMBIOS PAUTA 04

La producción de la Pauta 04 sufrió par de modificaciones importantes:

Primero el inicio de la grabación se retrasó dos horas debido a solicitud de Alfredo Villamil quien tuvo que resolver asuntos privados. De esta manera no pudo aprovecharse la luz matutina y parte de la producción se hizo al mediodía con una iluminación natural de alto contraste.

Por otra parte, la locución de las presentaciones y sonidos en off se presentaron sin mayores inconvenientes pero con el detalle que se mantuvieron las improvisaciones de Alfredo Villasmil lo que podría traer como consecuencia la extensión de la sección Resumen Semanal en comparación a los tres minutos planificados. Por otro lado, el análisis pautado sobre la situación de Andrés Galarraga el Sr. Villasmil hizo aseveraciones que pueden comprometer la vigencia de la noticia.

Firma
Rafael Méndez
Productor y Director General.

MEMO

M 01

noia studio	QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS	MEMO	TELEFONOS DE CONTACTO: 0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – M 01	AGO. 27, 2004	SEPT. 8, 2004

ENVIA: JM PAGANI	**DIRIGIDO A:** A. SISCO, O. ARAUJO, JM PAGANI, L. TRUJILLO
ASUNTO: FOTOGRAFIAS Y SILUETAS	

La Preproducción del programa piloto se in iciará a primera hora del próximo lunes 30 de agosto. Se convoca una pauta de preproducción en la que intervendrán el Productor y Director General, el Enlace de Producción, el Asistente de Producción , el Director de Post Producción y l a Diseñador, con el fin de discutir los detalles referentes al programa que saldrá al aire el día 8 de Septiembre de 2004.

Sin más,
Rafael Méndez
Productor y Director General.

5.4.3. Post Producción

REPORTE DE DIGITALIZACIÓN

RD 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

REPORTE DE DIGITALIZACIÓN

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – RD 01	AGO. 25, 2004	SEPT. 1, 2004

REQUIERE: J.M. PAGANI | **RESPONSABLE:** R. MENDEZ

ASUNTO: DIGITALIZACIÓN TOMAS VARIAS MLB

TEMA	PARTICIPANTE	DESCRIPCION
COMUNIDAD DEL BEISBOL	JUAN CARLOS AYALA	TOMAS VARIAS DE ENTREVISTA
CLINICA EXPRESS	JORGE GONZÁLEZ	TOMAS VARIAS DE APOYO
JUEGO TRANCAO	INVITADOS VARIOS	TOMAS VARIAS DE ENTREVISTAS
NOTICIA DE LA SEMANA	ANDRES GALARRAGA	TOMAS VARIAS DE DESEMPEÑO POSITIVO Y RUEDA DE PRENSA
INTERVENSIÓN CONDUCTOR	ALFREDO VILLASMIL	TOMAS VARIAS DE LOCUCIONES Y PRESENTACIONES EN CÁMARA
QUIETO AHI	CAMPAMENTO LEONES DEL CARACAS	TOMAS VARIAS DE ENTREVISTAS A INTEGRANTES DEL CAMPAMENTO
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-

INDICACIONES GENERALES:

DIGITALIZACIÓN DE TOMAS PARA MONTAJE DE PROGRAMA PILOTO

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

PAUTA DE EDICIÓN

PE 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

PAUTA DE EDICIÓN

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	**ENLACE DE PROD:**	**PROGRAMA / ORDEN**	**FECHA:**	**SALIDA AL AIRE:**
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – PE 01	AGO. 30, 2004	SEPT. 8, 2004

REQUIERE: R.MENDEZ	**RESPONSABLE:** J. M. PAGANI	
ASUNTO: PAUTAS DE EDICIÓN		

DIA	HORARIO	ACTIVIDAD
LUNES 30/8	2:00 PM	REUNIÓN CON PRODUCTOR. LISTA DE CONTENIDOS. MONTAJE ESQUELETO PROGRAMA
JUEVES 2/9	2:00 PM	MONTAJE DE SECCIÓN COMUNIDAD DEL BEISBOL
VIERNES 3/9	9:00 AM	MONTAJE CLINICA EXPRESS
SABADO 4/9	9:00 AM	MONTAJE
LUNES 6/9	9:00 AM	MONTAJE JUEGO TRANCAO, INTERVENSIONES DE CONDUCTOR, Y QUIETO AHÍ
MARTES 7/9	9:00 AM	MONTAJE SECCIONES FALTANTES
MIERCOLES 8/9	9:00 AM	ULTIMOS TOQUES AL PROGRAMA Y APROBACIÓN FINAL
-	-	-
-	-	-
-	-	-

INDICACIONES GENERALES:

MONTAJE PAULATINO DE LAS SECCIONES QUE HAYAN SIDO GRABADAS EN PRODUCCIÓN.

REPORTE DE PIETAJE

RP 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

REPORTE DE PIETAJE

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – RP 01	SEPT. 8, 2004	SEPT. 8, 2004

REQUIERE: R.MENDEZ	**RESPONSABLE:** J.M. PAGANI	
ASUNTO: REPORTE DE CONTENIDO DE CASSETTES		

PAUTA/CASSETTE	SECCION	DESCRIPCION
1 / 1	COMUNIDAD DEL BEISBOL	-AL PRINCIPIO DE CASSETTE ENTREVISTA DE 15 MIN CON AYALA -7 MINUTOS DE TOMAS DE APOYO
2 / 2	CLINICA EXPRESS	-AL PRINCIPIO ESTA 8 MINUTOS DE TOMAS DE APOYO PARTIENDO DE LOS PLANOS GENERALES A LOSPLANOS DETALLE. -2 MINUTOS DE LOCUCIÓN
3 / 3	JUEGO TRANCAO	-CASSETTE CAM1. TOMAS GENERALES. 15 MINUTOS DE GRABACIÓN -CASSETTE CAM2. TOMAS DETALLES. 15 MINUTOS DE GRABACIÓN
4 / 4	ALFREDO VILLASMIL QUIETO AHÍ	-7 MINUTOS DE TOMAS DE LOS CAMPISTAS. -CAMARAS Y OFFS DE ALFREDO VILLASMIL. -ÑENTREVISTAS A CAMPISTAS

INDICACIONES GENERALES:

REPORTE DE PIETAJE. CONTENIDO DE LOS CASSETTES UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE TRANSFERENCIA

OT 01

noia studio

QUIETO EN PRIMERA TEMPORADA GRANDES LIGAS

ORDEN DE TRANSFERENCIA

TELEFONOS DE CONTACTO:
0212 9752474– 0414 5210017

PRODUCTOR:	ENLACE DE PROD:	PROGRAMA / ORDEN	FECHA:	SALIDA AL AIRE:
RAFAEL MENDEZ	OSCAR ARAUJO	PILOTO – OT 01	AGO. 2, 2004	SEPT. 1, 2004

ENVIA: R. MENDEZ	**DIRIGIDO A:** J.M. PAGANI
ASUNTO: ORDEN PARA LA TRANSFERENCIA DEL PROGRAMA	

POR MEDIO D ELA PRESENTE SOLICITO AL DIR. DE POST PRODUCCIÓN, JOSE MANUEL PAGANI, QUE REALICE CUATRO (4) COPIAS DEL PROGRAMA PILOTO DE QIUIETO EN PRIMERA EN ETAPA DE GRANDES LIGAS EN FORMATO VHS Y UNA (1) EN FORMATO MINIDV (ARCHIVO).
FAVOR ENTREGAR EL MIÉRCOLES 8 DE SEPTIEMBRE ANTES DE LAS 2:00 PM

Sin más,
Rafael Méndez
Productor y Director General.

NOIA STUDIO B-348, AV. 9 ALTO PRADO, CARACAS VENEZUELA

CONCLUSIONES

- La investigación realizada sobre el béisbol, tanto en sus orígenes como en la profesionalización de este deporte en Estados Unidos y Venezuela, permite aseverar que El Beisbol es el deporte de las historias y los hombres detrás de los resultados, números y estadísticas. Es un deporte cultural que ha evolucionado con los pueblos que lo consideran suyo.

- La historia del beisbol en Estados Unidos determinó el nacimiento de este deporte con el desarrollo de sus reglas, para convertirlo en un pasatiempo nacional, espectáculo de masas y negocio rentable, lo cual se debe, entre otras razones, al respeto que las grandes figuras de este deporte se han ganado con su dedicación, constancia y grandes logros. La internacionalización del beisbol es la exportación de este sentimiento a otras fronteras como Venezuela.

- El beisbol en Venezuela representa la pasión de sus habitantes. A lo largo de los años los obstáculos presentados por la dinámica social de este país no han sido razón suficiente para evitar su fusión con la idiosincrasia de los venezolanos. Desde sus inicios, el beisbol ha sido la historia de identificación de los ciudadanos con sus ídolos quienes han inspirado el nacimiento de nuevas generaciones de “peloteros” hasta el punto de convertir a Venezuela en una de las grandes potencias de este deporte.

- Al igual que en los Estados Unidos, el beisbol en Venezuela ha llegado a convertirse en un negocio de rentabilidad, gracias a la intervención de los medios de comunicación y de la publicidad. Así, el consumo mediático de beisbol en Venezuela es una realidad que tiene más de cincuenta años de historia, pero la oferta de contenidos a este respecto no ha evolucionado con la rapidez de los logros venezolanos en el beisbol.

- El programa de televisión Quieto en Primera es una opción dentro de los medios en Venezuela que integra contenidos informativos con contenidos que demuestran la gran carga cultural y social del beisbol en Venezuela. Las bases conceptuales de este programa son sólidas en el sentido de la identificación de objetivos comunicacionales que sirven como columna vertebral para todos los procesos de la productora Noia Studio en la realización audiovisual del proyecto.

- La metodología utilizada permitió describir la producción del programa de televisión Quieto en Primera durante su etapa de la Temporada 2003 – 2004 de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, y contrastarla con el reto de producir contenidos sobre el Beisbol de la Grandes Ligas en una nueva etapa del programa.

- El análisis de la producción de Quieto en Primera durante su primera etapa en la Liga Venezolana de Beisbol Profesional arrojó que el proceso, si bien logró comunicar los objetivos identificados, contó con esquemas de preproducción, producción y postproducción intuitivos y atados a las circunstancias que impidieron una preparación profunda y detallada.

- Respecto al reto de producir contenidos para la etapa de Grandes Ligas se identificaron necesidades a satisfacer como la depuración de los procesos de producción, mantener la “marca” de Quieto en Primera de transmitir los objetivos comunicacionales de entretener, informar, analizar y sensibilizar, así como la participación balanceada de entrevistados e invitados, miembros de la “Comunidad del Beisbol”.

- Se resolvió el trazado de una estrategia de producción basada en la aplicación de tres propuestas comunicacionales: propuesta de tratamiento, propuesta estética formal y propuesta operacional.

- La propuesta de tratamiento definió el diseño y adaptación de nuevas secciones a partir de la aplicación de los objetivos comunicacionales de Quieto en Primera a contenidos relacionados con el beisbol de Grandes Ligas.

- La propuesta estética formal permitió determinar el lenguaje audiovisual a utilizar en la nueva etapa rico en composición gráfica y ritmos de montaje dinámicos.

- La propuesta operacional arrojó en su aplicación el diseño de un manual de producción de detalla todas las tareas básicas a completar depurando los procesos de preproducción, producción y postproducción.

- La puesta en práctica de la propuesta de tratamiento, la propuesta estética formal y la propuesta operacional demostró su efectiva

funcionalidad en la producción de un programa piloto para la etapa de Grandes Ligas. Dicho programa piloto se desarrolló en los tiempos previstos en el manual de producción que establece 10 días desde que se inicia la preproducción hasta la salida al aire del programa.

- Como recomendaciones se acotan dos aspectos: 1) la adaptación de la propuesta estética formal y del manual de producción de la propuesta operacional a la producción del programa Quieto en Primera durante la Temporada 2004 – 2005 de la Liga Venezolana de Beisbol profesional; y 2) considerar ampliar la plantilla de miembros del equipo de producción del programa con el fin de darle mejor cumplimento a las premisas del manual de producción.

GLOSARIO

Bateador designado: Es un jugador perteneciente a la alineación de un equipo que no cubre ninguna posición en la defensa, ocupa el puesto del pitcher en la ofensiva.

Batting-Ball: Juego derivado de la rondada, es el antecesor al beisbol organizado que a diferencia de este último no cuenta con gran número de reglas específicas.

Branding empresarial: Es la aplicación de conceptos de gestión de marca y mercadeo a la imagen corporativa de una organización.

Big leaguer: Jugador de beisbol que pertenece a algún equipo de las Grandes Ligas.

Campaña: Temporada

Catcher: Posición defensiva de quien recibe los lanzamientos efectuados por el pitcher.

Centerfield: Jardín central del terreno.

Coach: Entrenador de un equipo de beisbol.

Comunidad del beisbol: Término utilizado por el equipo de producción del programa Quieto en Primera para referirse al conjunto de individuos que comparten afición por el beisbol. Los integrantes de la comunidad del beisbol son: jugadores amateurs y profesionales; miembros de organizaciones de

este deporte; periodistas que cubren la fuente; ejecutivos de equipos, empresarios y anunciantes; fanáticos y familiares.

Confederación de Beisbol del Caribe: Grupo de ligas, República Dominicana, Puerto Rico, Mejico y Venezuela, quienes establecen las reglas básicas para el desempeño del campeonato conocido como la Serie del Caribe.

Estéticas Comunicacionales: Conjunto de estilos que definen e identifican un producto comunicacional.

Fans: Fanáticos.

Gran Carpa: Grandes Ligas o Major League Baseball.

Grande Liga: Jugador de beisbol perteneciente a algún equipo del Major League Baseball.

Grandes Ligas: Término coloquial para nombrar a la Major League Baseball.

Hit: Conección de la pelota con el bate la cual no puede ser atrapada en el campo por ningún jugador del equipo defensor.

Home club: Equipo de beisbol que en un encuentro toma su turno a la ofensiva al final de cada inning, generalmente son lo oriundos del estadio donde se practica en juego.

Infield: Porción del terreno de juego que forma un diamante entre cada una de las tres bases y el home.

Inning: Entrada. Es la completación de una ronda de defensa y ataque realizada por los equipos contrincantes en un juego de beisbol. El beisbol profesional consta de 9 innings básicos que pueden extenderse indefinidamente hasta obtener un ganador.

Inset: Grafismo que interactúa con el contenido de un audiovisual que le aporta mayor información a lo que ya se ve y escucha.

Interligas: Son los juegos realizados entre equipos de distintas ligas con validez legal en la temporada regular.

Jardinero: Uno de tres jugadores de beisbol encargado de defender el espacio comprendido entre las bases y la línea de jonrón los cuales, por estar cubiertos de grama, son conocidos como jardines.

Jonron: Es aquella conección que debido a su elevación y distancia excede los límites del terreno de juego, pero dentro de un espacio legal. Es el único resultado ofensivo en el cual el jugador que batea es el mismo que anota una carrera, junto con todos los otros jugadores del equipo que se encuentran en base.

Jonronero: Jugador conocido por sus atributos como Slugger.

Juego de las estrellas: Encuentro en el cual participan un selecto grupo de jugadores pertenecientes a distintos equipos, los cuales han sido escogidos por excelencia deportiva o gran fama.

Liga Venezolana de Beisbol Profesional: Confederación de equipos profesionales criollos que se encargan de la administración de todo lo

concerniente a la organización de los campeonatos de beisbol profesional en Venezuela.

Major League Baseball: Conocida como Liga de Beisbol Mayor, es una confederación de equipos profesionales en Estados Unidos que se encargan de regir todo lo concerniente a los campeonatos que entre ellos disputan.

Manager: Persona encargada de dirigir desde el punto de vista técnico y estratégico a los jugadores de un equipo de beisbol.

National Association of Baseball Players: Asociación Nacional de jugadores de beisbol de los Estados Unidos de América. Es el sindicato de jugadores profesionales de beisbol de las Grandes Ligas.

National League y American League: Liga Nacional y Liga Americana de Beisbol Profesional de los Estados Unidos de América. Son los dos circuitos que conforman las Grandes Ligas. Los dos campeones de cada liga disputarán la Serie Mundial.

No hit no run: Juego en el cual el lanzador o lanzadores de un equipo dominan a los bateadores durante el encuentro sin permitir hits ni carreras.

Outfielder: Jardinero.

Outs: Una de las tres instancias que marcan una ronda de bateo de un equipo. Un out se efectúa cuando un bateador es inefectivo y pierde su turno de bateo.

Peloteros: Jugador de beisbol.

Pitcher: Referente al jugador de beisbol que se encarga de realizar lanzamientos contra un oponente que trata de conectar la pelota con un bate de beisbol. Del término inglés *Pitch*, lanzar.

Plan estratégico: Documento que describe los objetivos específicos y generales de un proyecto así como las tareas básicas para su completación.

Play Ball: Expresión norteamericana utilizada para expresar el inicio de un encuentro de beisbol.

Playoffs: Series de juegos que definen los representantes a la final de un campeonato.

Propuesta Organizacional: Conjunto de declaraciones que hace una empresa las cuales definen su cultura corporativa, la base de esta propuesta organizacional es la misión, la visión, los valores y el enfoque de negocios de una empresa.

Records: Marcas de desempeño logradas por los jugadores de beisbol; porcentajes de bateo, efectividad de pitcheo, juegos ganados, etc.

Ritmos de Montaje: Es la organización de imágenes y sonidos seleccionados con el fin de darle a un discurso audiovisual unidad en función a las curvas que los contenidos requieren.

Rolling: Conección de el bate con la pelota que hace que esta viaje al ras del suelo haciendo pequeños saltos en el terreno.

Rosters: Es la lista de jugadores que pertenecen a un equipo.

Round Robin: En Venezuela, serie de encuentros que definen a los representantes a la final, en la cual los 5 equipos involucrados juegan 4 partidos con cada uno de sus contrincantes.

Rounders: Personas que practican el juego llamado Rounder.

Salón de la fama: Museo de la historia del beisbol en Norteamérica, ubicado en Cooperstown, New York. El salón de la fama inmortaliza los grandes baluartes del beisbol, los cuales son escogidos por historiadores, especialistas y periodistas del beisbol.

Score: Relación parcial o total de las carreras anotadas por los dos equipos en un encuentro de beisbol.

Serie Mundial: Serie de encuentros realizados entre cada uno de los campeones de las Ligas Nacional y Americana, de los cuales sale el campeón mundial de Grandes Ligas.

Short Stop: Posición defensiva que cubre el espacio de terreno comprendido entre la segunda y tercera base.

Sluggers: Término utilizado para referirse a los bateadores caracterizados por su gran poder al bate. Está reservado para los grandes campeones jonroneros.

Spikes; Parte de debajo de los zapatos que utilizan los jugadores de beisbol, los cuales tenían ganchos metálicos para mejor agarre al terreno.

Actualmente han sido sustituidos por plástico especial para la seguridad de los jugadores.

Spikers: Nombre que se da a los jugadores por usar zapatos con ganchos o Spikes.

Temporada: Es la sucesión de encuentros entre equipos en la cual se decide un campeón.

Umpire: Encargado de cuidar la correcta aplicación de las reglas del beisbol durante un encuentro. También es quien indica el resultado de sus decisiones constante y públicamente, en voz alta y con lenguaje corporal, para que tanto los jugadores como el público puedan conocer tales decisiones.

Voice over y offs: Se refiere a las locuciones que llevan el sentido de un audiovisual. El primero es cuando el locutor sale en cámara y posteriormente su imagen es sustituida por tomas que apoyan el contenido. El segundo depende necesariamente de la producción de nuevas imágenes ya que en tal locución no aparece quien habla.

Vuelacercas: Jonrón.

Wildcard: También conocido como Comodín, es el cuarto puesto reservado para la clasificación hacia la semifinales de cada liga. Lo ocupa, en le caso de los Estados Unidos, el mejor segundo lugar de las divisiones; y en Venezuela, el quinto puesto de la ronda eliminatoria.

BILBIOGRAFIA

Fuentes Bibliográficas:

- Acosta, H., Díaz Rangel, E., Vené, J., (1996) Un Siglo de béisbol. Caracas. Liga Venezolana de beisbol profesional.

- Antero Núñez, J., Méndez, A. (1992) Años dorados del baseball venezolano: 1927-1945. Caracas. Jan Editor.

- Becerra, G., Díaz Rangel, E. (1986) Cien Años del béisbol venezolano. Caracas. Ediciones del Círculo de Periodistas Deportivos.

- Benítez, L. (1980). Las Grandes Ligas. 1900-1980. Caracas. Publicaciones Seleven.

- González, J. (2003). El béisbol en Venezuela. Fundación Bigott. Caracas.

- Malpica, M. (1995) Historias de beisbol: las que me contaron y las que vi. Caracas.

- Noia Studio (2004). Plan de Negocios Quieto en Primera. Manuscrito sin publicar.

- Noia Studio (2004). Plan de Negocios Noia Studio. Manuscrito sin publicar.

- Salas, A. (1985). Momentos inolvidables del Béisbol Profesional Venezolano 1946-1984. Caracas. Miguel Ángel García e hijos

Fuentes Electrónicas:

- Álvarez, R. (2004). Entrevista con Luis Aparicio. Disponible: http://www.espndeportes.espn.go.com/perfiles/entrevista/luisaparicio/html.

- Historicbaseball.com. (s/f) Eras of Baseball. Disponible: http://www.historicbaseball.com/baseballhistory.html. Consulta: 16 de Mayo de 2004.

- Lahman, S. (1996). A brief History of Baseball. Disponible: http://www.baseball1.com/bb-data/e-hist-1-html. Consulta: 15 de Mayo de 2004

- The Baseball Page (s/f). Disponible: http://www.thebaseballpage.com/. Consulta: Agosto 2004.
- Voig, D. (s/f) Historia del Beisbol de Grandes Ligas**.** Disponible: http://www.enel.net/beisbol/history. Consulta: 15 de Mayo de 2004.

ANEXOS

Anexo 1

Anexo 1-.A. Cuadro Informativo o Infobox – Quieto en Primera, etapa de Grandes Ligas

Anexo 1-B. Barras de Información – Quieto en Primera, etapa de las Grandes Ligas

Anexo 2

Anexo 2-A. Insert con dos líneas de texto – Quieto en Primera, etapa de Grandes Ligas

Anexo 2-B. Insert con tres líneas – Quieto en Primer, etapa de Grandes Ligas

Anexo 2-C. Insert de Alfredo Franceschi – Quieto en Primera, nueva etapa de Grandes Ligas

Anexo 3

Anexo 3-A. Cuadro de información de la sección “Venezolanos de Grandes Ligas” de la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

Anexo 3-B. Cuadro de información de la sección “El Poder de los Numeritos” de la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

Anexo 4

Anexo 4-A. Presentación del segmento “Poder de los Numeritos” en el programa piloto de la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

Anexo 4-B. . Presentación del segmento “La Comunidad del Beisbol” en el programa piloto de la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

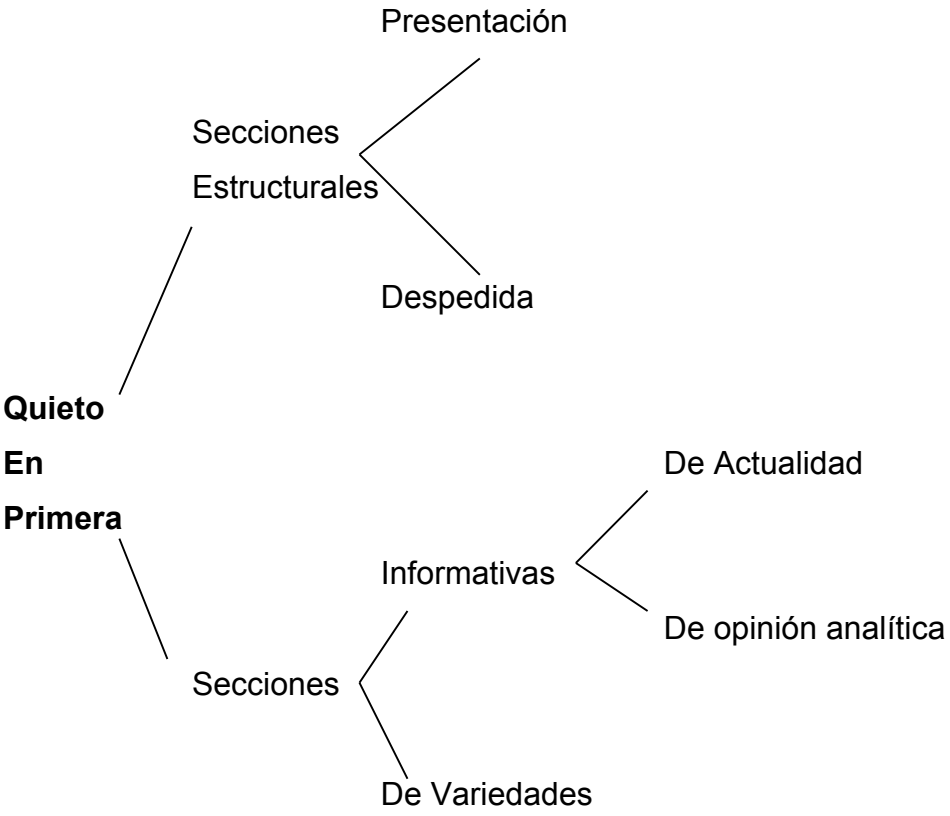
Anexo 5

Anexo 5-A. Presentación de la sección “Notas de Primera” en la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

Anexo 5-B. Presentación de la sección “Clínica Express” en la etapa de Grandes Ligas de Quieto en Primera.

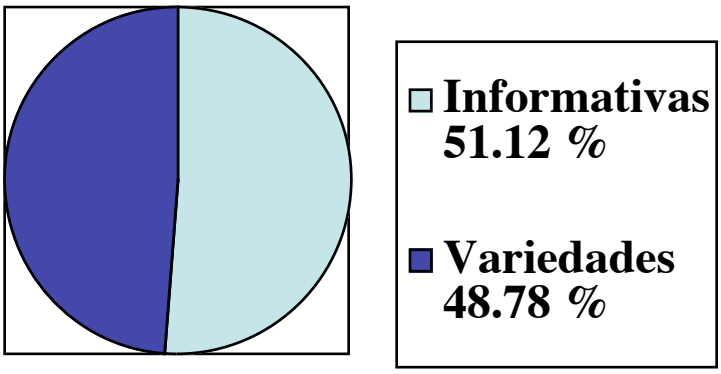
Anexo 5

Tipología de secciones del programa Quieto en Primera

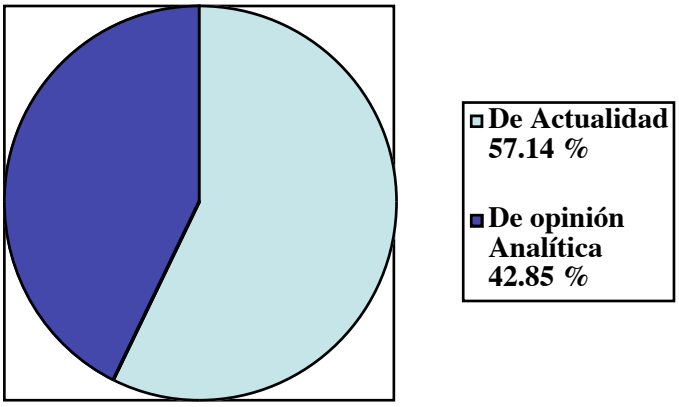
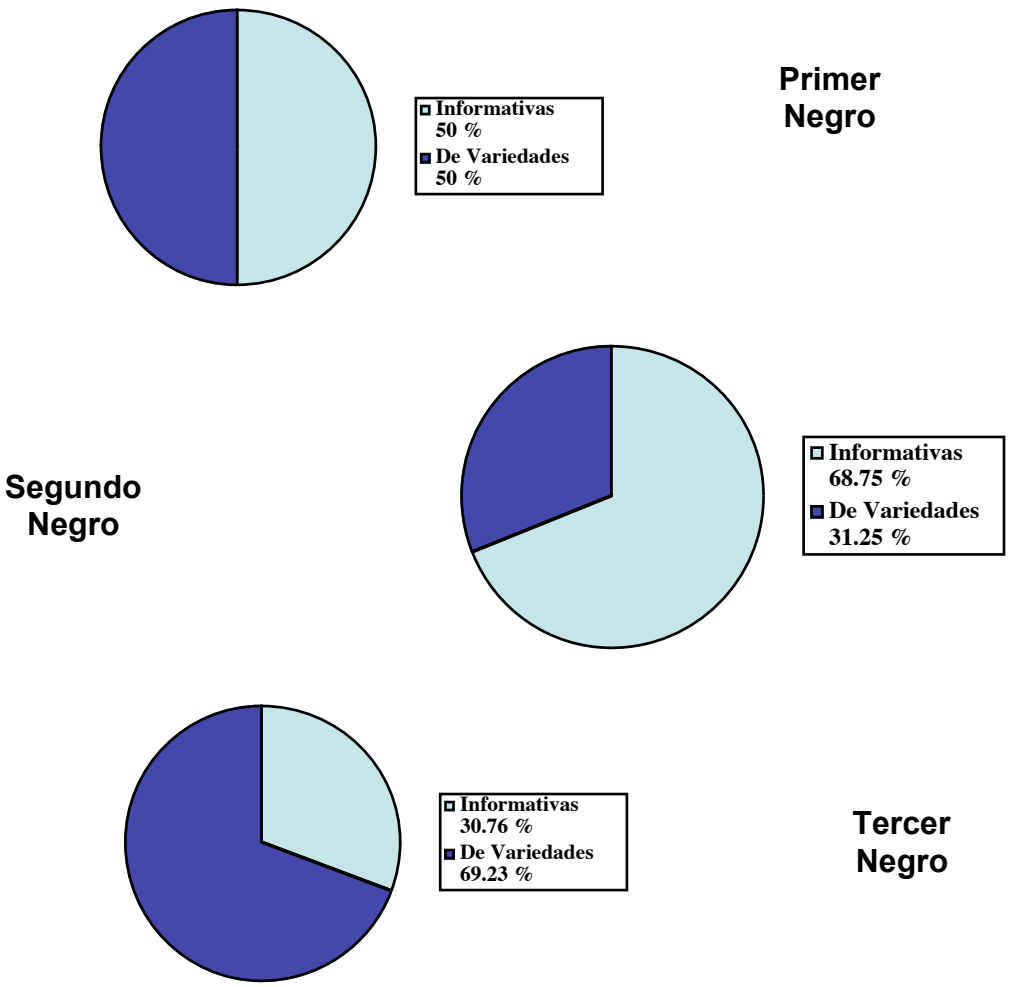


Anexo 6:

Anexo 6.1 Relación Porcentual de tipologías de secciones del programa Quieto en Primera



Anexo 6.2 Relación Porcentual de tipologías de secciones Informativas del programa Quieto en Primera



Anexo 6.3 Relación Porcentual de tipologías de secciones por negro.