

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS
E.A.P. DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DEPORTIVOS
EN EL CANAL DEL ESTADO.
EL CASO DE “PLANETA DEPORTE”
PERIODO 1998 – 2003”**

TESIS

Para obtener el Título Profesional de de Licenciado
en Comunicación Social

AUTOR

Freddy Martín Figueroa Huañec

Lima-Perú

2013

Para Jasmin, Jesús y José,

los motores de mi vida.

Para Patricia por su respaldo y confianza para

la culminación de esta tarea pendiente.

Para mis padres, cuyo esfuerzo para hacer

profesionales a sus hijos

No fue en vano.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 El problema.....	10
1.2 Objetivos de la investigación.....	12
1.2.1 Objetivo general	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 Preguntas de investigación.....	13
1.4 Justificación del estudio.....	14
1.5 Delimitación de la investigación.....	14
1.6 Hipótesis	14
1.7 Marco teórico	15
1.7.1 Antecedentes del problema.....	15
1.7.2 Bases teóricas	19
1.7.3 Definición de términos básicos	24
1.8 Metodología	25
1.8.1 Diseño del estudio	25
1.8.2 Muestra	26
1.8.3 Técnicas de recolección de información.....	27
1.8.4 Resumen de los capítulos.....	27

CAPITULO 2

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA.....	29
2.1 Etapas del proceso de producción	30
2.1.1 La preproducción.....	31
2.1.2 La producción	34
2.1.2.1. La toma	36
2.1.2.2 El plano.....	36
2.1.2.3 Posición de la cámara	36
2.1.2.4 El ángulo de la cámara.....	37
2.1.2.5 Movimiento de cámara	38
2.1.3 La postproducción	42
2.2 El productor de televisión.....	45
2.2.1 El productor y la producción.....	53
2.2.2 La producción en vivo	55

CAPITULO 3

EL PERIODISMO DEPORTIVO	59
3.1 El periodismo deportivo en el Perú	59
3.1.1 La prensa deportiva peruana	59
3.1.2 Las revistas deportivas.....	61
3.1.3 Los espacios radiales	61
3.1.4 Historia de la televisión deportiva.....	62
3.1.4.1 El periodismo deportivo reciente en la televisión de señal abierta y cable	65
3.1.5 Deporte e internet	70
3.2 Periodismo deportivo.....	72

3.3	El espectáculo deportivo y el fútbol	76
3.4	Periodismo televisivo	78

CAPITULO 4

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA EN EL CANAL DEL ESTADO –TNP	81
4.1 Breve reseña histórica	81
4.1.1 Cobertura nacional de la red de televisión estatal.....	86
4.1.2 Señal de televisión.....	87
4.1.2.1 Transmisión local	87
4.1.2.2 Transmisión nacional.....	87
4.1.3 Recepción de la señal en provincia	88
4.2 El productor en el canal del Estado	88
4.2.1 Relaciones del productor con otras áreas	90

CAPITULO 5

LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DEPORTIVOS EN EL CANAL DEL ESTADO	104
5.1 Ovación	104
5.2 DXTV	105
5.3 Fútbol Internacional	107
5.4 En la Cancha	109
5.5 La Liga Española de Fútbol	111
5.6 Eliminatorias Mundialistas Corea-Japón 2002	112
5.6.1 Las condiciones de la emisión televisiva.....	113
5.6.2 El <i>pool</i> de la televisión peruana	114

5.6.3 La transmisión de las Eliminatorias Sudamericanas	115
5.6.4 La producción unilateral de TNP	121
5.7 Fútbol	123

CAPITULO 6

EL CASO DEL PROGRAMA “PLANETA DEPORTE”	125
6.1 Organización del programa.....	127
6.2 Descripción del programa.....	130
6.3 Actividad periodística.....	131
6.4 Equipo de producción del programa <i>Planeta Deporte</i>	132
6.5 Características de los reporteros de <i>Planeta Deporte</i>	136
6.6 La problemática de producción en <i>Planeta Deporte</i>	138
6.6.1 Conflictos internos en la producción del programa	141
6.6.1.1 La dirección del programa	141
6.6.1.2 Los reporteros	141
6.6.1.3 La coordinación periodística.....	142
6.6.1.4 La mesa de conducción y la coordinación de la pauta final	142
6.6.1.5 La publicidad gratuita y el cuadro de comisiones.....	144
6.6.1.6 Las recomendaciones.....	145
6.6.2 Conflictos externos en la producción del programa.....	146
6.6.2.1 La renovación de cintas	146
6.6.2.2 Desplazamiento del personal periodístico	148
6.6.2.3 La edición del programa <i>Planeta Deporte</i>	149
6.6.2.4 La situación de <i>Planeta Deporte</i> dentro de la programación del canal	150
6.6.2.5 Personal estable.....	152

6.6.2.6.	El elemento comercial en <i>Planeta Deporte</i>	152
6.6.2.6.1	Los bloques comerciales	154
6.6.2.6.2	El área de programación	155
6.6.2.6.3	Justificación del tema comercial	156
6.7	El <i>rating</i> de <i>Planeta Deporte</i>	158
6.8	El fútbol en <i>Planeta Deporte</i>	161
CONCLUSIONES		169
BIBLIOGRAFÍA		170
ANEXOS		176
Anexo 1: Pauta 1ra.fecha de Eliminatorias Sudamericanas Japón – Corea 2002		
	Transmisión del <i>Pool</i> de la tv peruana.....	177
Anexo 2: Detalle de la solicitud de pedidos para cobertura de primera fecha		
	eliminatorias mundialistas	181
Anexo 3: Pauta programa <i>Planeta Deporte</i>		186
Anexo 4: Costos económicos del programa <i>Planeta Deporte</i>		187
Anexo 5: <i>Rating</i> : junio 2001		191
Anexo 6: Ventas por programa. Primer trimestre 2003		192
Anexo 7: Mayor contenido futbolístico en espacio deportivo estatal.....		194

INTRODUCCIÓN

El deporte es un fenómeno socio-comunicacional que involucra grandes masas de público. En los medios de difusión alcanza un alto nivel de interés y pasión. En nuestro país, la fuente informativa de los medios deportivos se concentra principalmente en el deporte profesional o deporte rentado y por último en el deporte amateur; pero la disciplina deportiva que cataliza todo es el fútbol. Es tal el poder de este espectáculo que los medios, sobre todo la televisión, lo difunden insistentemente. Prueba de ello, es la predisposición de los programas televisivos a juzgar al deporte exclusivamente como fútbol, y al periodista deportivo como periodista especializado en fútbol. El periodista deportivo queda enclaustrado dentro de un concepto muy reducido: “Es aquél que se dedica al fútbol espectáculo y no a otros deportes”.

No existe en nuestro país un programa deportivo que cubra de forma continua otras disciplinas. “No hay programas deportivos, solo programas futbolísticos”. Esta aseveración parte de la programación de los medios televisivos de la capital. La realidad es evidente, ninguno difunde todos los deportes ni todas las competencias, esto significaría investigar, invertir y perder ingresos publicitarios, y eso le falta a todos los programas deportivos.

Por otro lado, la mayoría de programas se han vuelto del tipo “*reality show*” (telerrealidad), debido al excesivo interés que otorgan a la vida personal del futbolista profesional. Muestran escasez de ideas y mala calidad de contenidos. Los espacios que

existen están siendo conducidos por profesionales del medio que se abocan a comentar solo lo que dominan como conocimiento inmediato: el fútbol.

La presente tesis tiene como objetivo dar a conocer el desinterés que tiene la televisora del Estado por la producción de espacios deportivos. Televisión Nacional del Perú –TNP, no considera al deporte como un elemento importante dentro de su programación, que pueda trascender y aportar en el mejoramiento social y cultural de nuestra nación. El deporte solo le significa cobertura futbolística y comercialización de la transmisión.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El problema

El informe anual de Televisión Nacional del Perú publicado el año 2007, señala que el objetivo general del canal estatal es: “Contribuir a elevar el nivel cultural y educativo de todos los peruanos, así como garantizar en forma plural y objetiva el derecho a la información y a la difusión de las diferentes corrientes de opinión, para fortalecer la democracia y la gobernabilidad” (Radio y Televisión del Perú, 2007). Implícitamente, este párrafo señala que los intereses educativos y culturales están por encima de los intereses políticos y económicos.

Lamentablemente, este objetivo no se cumple, pues la realidad señala todo lo contrario. Cada Gobierno usa el canal como medio de propaganda. El crítico Fernando Vivas al respecto dice:

Al pionerismo de ser el primer canal peruano y el primero en introducir el color no se sumó ninguna novedad (...) urge de la ejecución de una reforma legal – detenida hasta el cierre de esta edición – que le dé un carácter público que lo libere del dirigismo gubernamental de corto plazo (Vivas, 2008: 665).

Esto ha llevado a que Televisión Nacional se caracterice no solo por una programación calificada como “fría” o deficiente, sino también como poseedora de una tecnología inapropiada.

El espacio deportivo en el canal del Estado ocupa un lugar de relativa importancia dentro de su programación, seguramente como reflejo de la propia realidad deportiva del país que no logra situarse en un nivel competitivo. Se tiene *Planeta Deporte* como programa deportivo principal, al bloque deportivo del noticiero y las transmisiones especiales o extraordinarias de producción o coproducción. La programación deportiva, de acuerdo a los hechos, es más sensible a la improvisación y al poco apoyo de los directivos del canal, y se encuentra más expuesta a los intereses económicos de la propia televisora. En la práctica, la continuidad y el formato de los programas deportivos se ven afectados de forma directa o indirecta por la llamada “reprogramación de último momento”.

A Televisión Nacional del Perú no le interesa la descentralización del deporte ni la cultura deportiva, solo le importa mantener un espacio que sirva de ventana, para mostrar sus promociones y comerciales. En la práctica, Televisión Nacional del Perú muestra un contenido deportivo muy cuestionable, al saturar su programación deportiva y al televidente con fútbol. A pesar de las malas campañas, el bajo nivel, la falta de actitud y los malos ejemplos de los protagonistas, este deporte tiene un valor significativo dentro de su programación mediata y es el primero en la preferencia nacional. En alguna oportunidad el periodista Efraín Trelles expresó: “el fútbol es lo más importante de lo menos importante”.

De acuerdo a lo anterior, hablar de fútbol es hablar de todos los deportes. Esta situación se debe a la incorrecta política de programación y a la realidad comercial del canal estatal, con respecto al tema deportivo, y a las preferencias y compromisos adquiridos por la dirección del programa con las diferentes agrupaciones oficiales del

fútbol. Esto ha dado como resultado que el canal del Estado no apoye al deporte amateur o deporte no rentado, y otorgue mayor protagonismo al tema futbolístico capitalino, desinteresándose así de la realidad deportiva del interior del país, lo cual conduce a que este medio de comunicación no sea democrático y consecuente con sus objetivos institucionales descentralistas.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

–Establecer el conjunto de circunstancias y razones que inciden en la preferencia del programa *Planeta Deporte* por la temática futbolística capitalina, en relación a otras actividades deportivas.

1.2.2 Objetivos específicos

–Describir el proceso de producción y realización del programa *Planeta Deporte* durante el periodo 1998 – 2003.

–Identificar la problemática de producción y realización en el programa *Planeta Deporte* durante el periodo deportivo 1998-2003.

–Determinar los factores externos de producción que influyeron en la ubicación de *Planeta Deporte* como espacio deportivo principal del canal estatal.

–Identificar los factores que explican el por qué el fútbol profesional –y no otras disciplinas– ocupa las principales notas informativas en las transmisiones de *Planeta Deporte*.

–Analizar *Planeta Deporte* en función de su identificación con los objetivos del canal del Estado respecto al deporte y la cultura.

1.3 Preguntas de investigación

¿Cuáles son los pasos que se siguen en la producción y realización del programa *Planeta Deporte* durante el periodo 1998 – 2003?

¿Cuál fue la problemática que se presentó en el proceso de producción y realización de los programas deportivos en el canal del Estado, durante 1998 y el 2003?

¿Cuáles son los factores externos de producción que influyeron en la realización de *Planeta Deporte* como espacio deportivo principal del canal estatal?

¿Cuáles son los factores que explican que el fútbol profesional –y no otras disciplinas deportivas– ocupe las principales notas informativas en las transmisiones de *Planeta Deporte*?

¿El programa *Planeta Deporte* cumplió, durante el periodo 1998-2003, con los objetivos del canal del Estado respecto al deporte y la cultura?

1.4 Justificación del estudio

Los resultados obtenidos en esta investigación demostrarán que el canal del Estado pone excesivo énfasis en la temática futbolística y tiene deficiente cobertura del contenido deportivo amateur a nivel nacional. Asimismo, arrastra problemas significativos de producción y logística, que en la práctica ocasionan situaciones incómodas para el productor responsable del espacio deportivo. Además, se señalará la contradicción que existe entre los objetivos institucionales del canal y los intereses reales de su programación, respecto a la cultura y el deporte. Del mismo modo, se busca aportar soluciones para el mejoramiento de la producción deportiva en el canal del Estado.

1.5 Delimitación de la investigación

En esta investigación se analizará el programa deportivo *Planeta Deporte* durante el periodo descrito, de 1998 – 2003, por ser el espacio deportivo principal del canal. Han quedado fuera de su campo de estudio, todas las emisiones posteriores al periodo establecido líneas arriba.

1.6 Hipótesis

El programa *Planeta Deporte* en su programación prioriza el fútbol sobre cualquier actividad deportiva.

1.7 Marco teórico

1.7.1 Antecedentes del problema

No hay una tesis conocida que aborde directamente el tema que motiva nuestra investigación, pero sí hay una tesis que toca el tema cercanamente. Se trata de la tesis *La influencia del discurso del periodismo deportivo en los aficionados al fútbol* de Diego Mauricio Morales Ojeda, sustentada en la Universidad Sergio Arboleda de Colombia (2010). La tesis parte de que lo expresado por los comentaristas deportivos influye de manera determinante para que el aficionado de fútbol se forme una opinión sobre la materia. El tesista ha tomado como modelo teórico de análisis, la teoría de la aguja hipodérmica, la cual consiste a *grosso modo*, en que los contenidos emitidos por un emisor a través de los medios condicionan los gustos del receptor que los recibe. Esta teoría generalmente ha sido usada por las escuelas críticas de comunicación para hacer ver que el medio puede introducir ideas a los consumidores de éste. El problema de esta teoría es hacer creer que el medio es todopoderoso y que el consumidor es un receptor pasivo de lo que recibe. Morales, tomando como marco lo arriba expresado, hace un análisis del discurso radial de los dos más importantes periodistas deportivos colombianos: Iván Mejía Álvarez y Carlos Antonio Vélez. Las conclusiones a las que arriba Morales, basados en un trabajo etnográfico y uso de técnicas de metodología cualitativa de investigación como sondeos de opinión, entrevistas y análisis discursivo, confirman el planteamiento inicial de su estudio: que el discurso del periodismo deportivo incide en el comportamiento del aficionado de fútbol.

Respecto a la producción audiovisual, tenemos la tesis de Julio Salazar Salazar, *Estructuras de Producción Audiovisual. La organización jerárquica como sujeto productor y enunciador del discurso audiovisual*, Facultad de Letras de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2003), precisamente, según palabras del autor, “explora el trabajo de producción de los materiales audiovisuales a través de una visión integral, que tenga en cuenta los aspectos narrativos del producto final y, especialmente, la naturaleza organizacional del proceso de realización, intentando explicar la tácita relación que existe entre ambas dimensiones”. Este trabajo, que emplea la Teoría General de Sistemas, de corte descriptivo, pero al mismo tiempo analítico, carece lamentablemente de conclusiones, por lo cual no las podemos adjuntar aquí para conocimiento general. No obstante, emplea una hipótesis en la que conjuga diferentes disciplinas para entender desde una visión holística, la relación entre el director y el productor y el proceso de producción, la cual nos permite entender con mayor profundidad las etapas de producción como un todo, a pesar de que en nuestra propia experiencia y trabajo la hayamos dividido por partes.

El informe profesional de Liliana Valdivieso Paredes, *Diseño de una agenda para la mejora de la Coordinación Periodística del programa “Buenos Días, Perú” de Panamericana Televisión* (2006), es también un trabajo relacionado con la producción de programas televisivos. La informante expresa su preocupación por organizar el trabajo periodístico –a partir del uso de la tecnología– del desarrollo y perfeccionamiento de la agenda periodística, la cual permite a los comunicadores sociales que trabajan en el medio televisivo ejecutar su trabajo con eficiencia y celeridad. Entre las principales conclusiones del informe de Valdivieso, se puede resaltar como un hecho que atenta contra la producción de un programa televisivo “la

falta de recursos, la falta de identificación del personal con los objetivos del programa”, y como recomendaciones el que la Dirección del programa desempeñe una mayor actividad periodística a lo largo de todas las etapas de coordinación periodística, situaciones que hemos tenido oportunidad de identificar y corroborar en nuestra propia experiencia profesional como productor responsable de un programa.

El reciente informe profesional de Gustavo Mallma Arrescurrenaga, *Prensa Deportiva y sensacionalismo. El caso del diario “Libero” y la eliminación de la selección peruana del Mundial de fútbol, Alemania 2006* (Facultad de Letras de la UNMSM, 2009) desarrolla aspectos relacionados con nuestro trabajo de investigación, entiéndase esto como periodismo deportivo, pero sobre todo apunta a un hecho que hemos presentado: que la prensa deportiva en general entiende como tema deportivo sólo el fútbol. La principal conclusión que podemos destacar en el trabajo de Mallma es la siguiente: “Para la prensa deportiva peruana no hay otro deporte que no sea el fútbol e ignoran otras disciplinas en las cuales hemos alcanzado logros importantes y necesitan mayor difusión como el vóley, el básquetbol, el karate, tae kwon do, natación, atletismo, ajedrez, entre otros” (Mallma, 2009: 107). En ese sentido, el informe profesional de Mallma, afincado en la prensa deportiva, está relacionado a lo que queremos sostener en nuestro examen del programa deportivo *Planeta Deporte*: que hay una preponderancia de un solo deporte en la elaboración de éste.

La tesis, *La difusión del fútbol en Lima* (Facultad de Letras de la UNMSM, 2001), del licenciado en Historia Gerardo Tomás Álvarez Escalona, es también un trabajo que lateralmente aborda nuestro tema de investigación. Álvarez sostiene en esta tesis que la higiene y la educación justificaron la práctica del fútbol y los deportes en

general en la Lima del novecientos. Alvarez expresa que “tras la debacle de la Guerra del Pacífico las élites intelectuales y políticas se preguntaron qué causó dicha derrota y la respuesta que se encontró fue: la fragilidad física y moral del peruano, que eran caracterizados como personas ociosas y con cuerpos débiles y enclenques”. De otro lado, señala que fueron tres los grupos sociales que introducen la práctica del fútbol en Lima: 1) Los inmigrantes británicos residentes en el Perú, 2) Los marineros británicos de paso en los puertos y 3) Los jóvenes de la élite local que aprendieron el juego en Inglaterra y de regreso lo practican en el Perú. Como una de sus principales conclusiones en esta tesis, Alvarez especifica que la apertura de los espacios durante el novecientos favoreció la progresiva difusión del fútbol, cuando los ámbitos destinados a las diversiones encontraron lugar para los deportes en la construcción de campos deportivos (Santa Beatriz) o la adaptación de espacios de uso múltiple a actividades deportivas (Pampas de Mar Brava). Esto facilitó el inicio de la transformación del fútbol en un espectáculo de masas.

El deporte como juego: un análisis cultural (2002), Tesis doctoral de Jesús Paredes Ortiz, de la Universidad de Alicante presenta un concepto del deporte y examina este en relación con el juego. Paredes Ortiz entiende en este trabajo “que el deporte como juego es una realidad cultural y elemento humanizador que ayuda al desarrollo global del ser humano” (Paredes, 2002: 5). Hace, además, un examen detallado del origen semántico de la palabra juego. El autor tiene una imagen positiva de los beneficios del juego y del deporte. Esto lo manifiesta en las conclusiones donde señala que “con las prácticas deportivas ponemos en conexión nuestro micromundo (persona) con el macromundo (sociedad) y en este sentido nos prepara para la vida” (Ibíd.: 405). De igual forma concluye que “mientras la actividad física y el deporte sigan

siendo juego, tendrán la capacidad de humanizar al planeta, ya que todo juego las experiencias placenteras presentan sensaciones de goce, de alegría. Todas ellas buscan la armonía, el equilibrio personal y social, y forman parte de la felicidad” (Ibíd.: 408).

1.7.2 Bases teóricas

Punto de inicio importante es preguntarse el por qué de la necesidad de los programas deportivos; es decir, comprender el por qué es necesario que se produzcan. Para resolver esta interrogante es indispensable remontarse a los orígenes del deporte. El deporte surge como un elemento recreativo, de placer, de diversión, en la vida de los pueblos. Ésta, por lo general, se realiza individualmente o en grupos, lo cual implica ya un factor obligado de socialización. Un factor que atiza su práctica es la competencia, la lucha con el oponente u adversarios, como es el caso del fútbol. Sin embargo, su objetivo primordial, muchas veces olvidado, es el cultivo de la educación del cuerpo –que tuvo en los griegos a sus máximos exponentes –, la cual conlleva un beneficio al organismo que lo ejercita. La práctica del deporte, por otra parte, involucra indefectiblemente dos elementos: uno activo que es el deportista que lo ejecuta y otro pasivo, que es el espectador, quien observa los acontecimientos en un estadio de fútbol, ring de boxeo, campo de tenis o en cualquier otro escenario donde se manifieste una disciplina deportiva. Tenemos, pues, un emisor, un canal o medio y un receptor del mensaje, cumpliendo de esta forma los requisitos del fenómeno comunicativo. Además, para remontarnos más lejos en esta aproximación teórica sobre el fenómeno deportivo, se presenta un elemento que podríamos llamar con propiedad lúdico, que reposa en el propósito del juego infantil. Recordemos, para dar un ejemplo, el hecho de arrojar piedras a un objeto y hacer blanco en él. Ese mero hecho implica una práctica deportiva, una especie de gozo que muy bien se podría aplicar, en los principios de la humanidad,

al hombre de las cavernas cuando ejercitaba, por ejemplo, sus músculos en la pesca, descubriendo probablemente, que este acto de pescar en los ríos y mares no solo era para conseguir alimentos, sino que también constituía una especie de goce en su lucha por adaptar a sus necesidades el medio en que vivía. El deporte, también, cuenta con elementos lúdicos. Paredes Ortiz (2002), al respecto, afirma que en el griego clásico se utiliza tres palabras para denotar la idea de juego:

–“paidi/a/paidei/a”, la etimología significa cosa de niños, no sólo limitado al juego infantil sino también chiquilladas, jocosos, niñería. “pai/zw”, jugar y “pai=gma/pai/gnion”, juguete.

–“a)qu/rw,a)durma” retozo, frivolidad.

–“a)gw/n”, juegos de competición y lucha (es imposible separar la competición en el mundo griego de la triple unión entre juego, fiesta y acción sacra) (Paredes Ortiz, 2002: 14).

El ser humano quiere jugar, divertirse, recrearse y para ello, en sus ratos de ocio, busca compartir –a la vez que socializar– con otros seres humanos. Y esto, de manera ineludible, con su contenido lúdico y de placer, es reiterado como ritual en los deportes de pesca, caza, etc. que recuerda y relaciona, se trasmuta en el juego, en la división de los contendores en bandos o grupos que son alentados desde las tribunas. Las artes de la guerra conducen al origen del deporte.

Virtud, honor, nobleza y gloria se hallan, desde un principio, en el círculo de la competición, es decir, del juego. La vida del joven guerrero noble es tenaz ejercicio en la virtud y lucha constante por el honor de su alto rango. “Ser siempre el mejor y superar a los demás”, expresa este ideal perfectamente. La competición lúdica, como impulso social, más vieja que la cultura misma, llenaba toda la vida y actuó de levadura de las formas de la cultura arcaica (Huizinga, 2000).

Luego de haber pergeñado, muy sucintamente en el hecho deportivo dentro de la vida del hombre, pasamos a señalar algunas posibles explicaciones acerca de por qué, entre todas las actividades deportivas grupales entre las que se cuentan el básquetbol, el vóley, el jockey, el balonmano, el béisbol, o individuales como el levantamiento de pesas, el karate, el velero, el golf, etc., el espectador –en este caso, el peruano– prefiere el fútbol por encima de otras disciplinas deportivas. Una explicación señala que –debemos retroceder en el tiempo y ubicarnos en una parte de la historia pre hispánica– los mayas o aztecas u otros pueblos mesoamericanos –para algunos fueron los que dieron origen al fútbol– pateaban la cabeza de su enemigo luego de habérsela cercenado de cuajo del cuerpo. Ese ritual, en el que participaban los miembros de la comunidad, habría encerrado un simbolismo. ¿Cuál era? El de un infinito desprecio por su adversario, cuya cabeza sólo merecía rodar a la altura del suelo para ser motivo de desdén de todo el grupo. Nadie podía exonerarse de este ritual, en el que todos participaban y el castigo en caso de no participar de la celebración era la muerte. Este ritual habría sido una extensión de la violencia contra el adversario, quien era ridiculizado en esta forma primigenia de fútbol, en la que su cabeza hacia las veces de balón. La acción de la guerra, se colige de lo anterior, habría estado íntimamente ligada al deporte. El primero como un hecho real y el segundo como un hecho virtual.

Si esta explicación es correcta estamos a un solo paso para entender el fenómeno futbolístico en los *mass media* y la gente que lo consume. Cuando vamos al estadio, si observamos los dos equipos adversarios, y nos abstraemos por un momento de lo que significa el juego, podemos traducir el campo de guerra como el campo de fútbol y el balón que rueda a lo ancho y largo de éste como la cabeza del adversario, en la cual los equipistas de cada bando pugnan por introducir el balón (la cabeza) en el arco (que

podría calificarse, desde el punto de vista freudiano, como un gigantesco órgano femenino) para alardear de su virilidad y fuerza. Continuando la línea de análisis anterior, al adversario se le ridiculiza con el dominio del balón; por ello jugadas vistosas como el “camotito”, la “huachita”, la “chalaca”, el “sombbrero”, son festejadas por la tribuna. Ésta a su vez sería la reproducción de antiquísimas costumbres, cuando los pueblos se posesionaban en las orillas de las colinas y montañas para ver el espectáculo de la guerra, en la que sus soldados, en el campo de batalla, ofrendaban la vida. Basta traducir al campo de batalla y al pueblo, como un moderno campo de fútbol con espectadores, para tener la idea del por qué en la actualidad muchos pueblos tienen al fútbol como deporte favorito. Sucede que el imaginario colectivo y la exaltación que produce la guerra en la mente del hombre, están allí presentes pero disfrazados para disimular su existencia; por ejemplo se la puede reconocer a través de los rostros pintados de las barras bravas, modernos continuadores de los antiguos pueblos en conflicto.

A estas alturas, presumiblemente, el lector no se encuentre satisfecho con estas respuestas y se interroga aún el por qué de las preferencias del gran público por el fútbol, y no por el básquetbol, o el vóley, que también hacen uso de una pelota (cabeza) en el juego. La respuesta es simple, en ninguno de los dos juegos anteriores la pelota va a ras del suelo, como en el fútbol, donde se la “maltrata” con los pies, símbolo del desprecio; la pelota, en los otros casos, va por el aire, lo que significa –en términos de guerra– cierta consideración con el adversario.

Al respecto, debemos recordar el trato deferencial que tenían las hordas guerreras de Timor en la Polinesia, quienes se preocupaban de apaciguar las almas de sus

oponentes derrotados en el campo de batalla, a quienes ofrecían sacrificios para que no se venguen de los vencedores por haber cortado sus cabezas y quedar en paz (Freud, 1988: 1770).

Debemos señalar que esta última asociación entre deporte y guerra y su “simbolismo” es una presunción de la relación entre estas; no debe entenderse como una realidad comprobada.

Procurando, finalmente, entender el fenómeno que nos ha tocado investigar –los aspectos positivos y negativos de la producción y emisión de programas televisivos que consideran que a los individuos se le debe dar, según el argot de la calle, “lo que le gusta”– hemos considerado relevante tomar en cuenta como enfoque teórico de esta investigación la teoría de los usos y gratificaciones, la cual sostiene que el gran público selecciona los diversos medios de comunicación para satisfacer sus necesidades, en nuestro caso el fútbol.

Dentro de esta perspectiva se puede entender por qué, la producción televisiva del principal programa deportivo del Estado Planeta Deporte, le dé énfasis al tema futbolístico, esto debido, a que este deporte es el que tiene mayor audiencia entre la masa de televidentes y, evidentemente, otorga un alto rating y mayor expectativa comercial. Sin embargo, y he allí nuestra discrepancia que la situamos dentro de los objetivos del canal del Estado, de los cuales se colige la difusión de la cultura y de todo tipo de deporte en un marco de desarrollo integral de la sociedad, Planeta Deporte no cumple esa exigencia.

En ese sentido, en el análisis posterior veremos que el programa se ciñe a los parámetros de cualquier televisora comercial. En vista de ello, creemos que la teoría de los usos y gratificaciones se relaciona con las motivaciones del contenido de la producción deportiva del canal del Estado, pues, existe una disposición psicológica del espectador televisivo peruano por el fútbol, que es aprovechada por los conductores y por la producción del programa estatal.

1.7.3 Definición de términos básicos

Para los fines de esta tesis, se va a entender como:

–Producción audiovisual:

... una actividad, un proceso, en el que se articulan de manera ordenada y sistematizada componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos, con el fin de obtener un producto audiovisual. A un nivel profesional, este proceso se inicia con el reconocimiento de una necesidad insatisfecha de información, entretenimiento, educación o cultura. La labor del productor es precisamente detectar esta necesidad e iniciar una fundamentada investigación, para determinar con exactitud qué puede ofrecer para satisfacer esa demanda (Salazar, 2003: 20).

–Productor de televisión:

... un especialista audiovisual. Se preocupa por asesorar, administrar y monitorear a los periodistas, editores, camarógrafos y técnicos a su cargo, para que el material audiovisual recogido se convierta en material televisivo de interés público. El productor define el concepto general del programa, calcula las posibilidades de realización y toma las decisiones audiovisuales más importantes.

Dirige la organización y administración del grupo de producción. Puede encargarse de seleccionar ideas para el programa. Puede coordinar al personal de realización y controlar el presupuesto (Millerson, 2001: 326).

–Creatividad audiovisual:

Denominada también ingenio, inventiva, genialidad, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo o simplemente originalidad, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos de audio y video, que producen soluciones, combinaciones y propuestas originales. Esta creatividad audiovisual es una característica del productor del programa.

–Periodismo deportivo:

Una forma especializada de periodismo de entretenimiento. Es un tipo de prensa, a nuestro juicio, que muestra información actualizada de la manera más dinámica posible. Su propósito –para el caso peruano– es entretener e informar a los consumidores del medio: sea éste escrito, radial o televisivo.

1.8 Metodología

1.8.1 Diseño del estudio

Esta tesis se abordó desde una metodología cualitativa utilizando como herramienta metodológica la experiencia profesional del productor deportivo de Televisión Nacional del Perú (TNP), durante el periodo de 1998 al 2003 en el canal estatal. La investigación compara los resultados obtenidos en el análisis de las diferentes experiencias, con la fundamentación teórica, lo que permite que la información

recopilada corrobore los diferentes planteamientos teóricos de la producción deportiva en televisión. Este trabajo permite describir la dinámica de producción que ocasiona la emisión de un programa, el reconocimiento de criterios de producción básicos y la construcción de significados particulares acerca de la producción y tratamiento televisivo en el canal del Estado. Además se utiliza bibliografía especializada que refuerza la idea de que el productor televisivo es el responsable del éxito o fracaso de un programa.

La metodología empleada, como hemos señalado líneas arriba, parte de la experiencia cognitiva del autor, basada en la observación y análisis del contenido del espacio deportivo en el canal estatal. Para esto basa sus conceptos en los diferentes programas que produjo desde 1998 hasta el año 2003, en especial el programa *Planeta Deporte*.

El análisis, seguimiento y sistematización de la información son cualitativos. Se analiza el tratamiento de la producción y el comportamiento informativo del contenido, identificando los inconvenientes para la producción del programa y el grado de imparcialidad y compromiso con los objetivos deportivos de su programación y los relaciona con el contexto de la comunicación de ese entonces.

1.8.2 Muestra

Universo: El periodismo deportivo en el programa *Planeta Deporte* durante el periodo 1998 – 2003.

Muestra: Los programas emitidos de *Planeta Deporte* durante el periodo en mención

1.8.3 Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección, básicamente utilizadas, han sido el visionado de programas de Planeta Deporte, la revisión documental de periódicos, revistas, entrevistas, etc.; la recopilación de los guiones o pautas que dan cuenta de los contenidos del programa, todos ellos referidos al periodo comprendido en la muestra.

1.8.4 Resumen de los capítulos

La presente investigación está dividida en cinco capítulos.

En el capítulo I, “La Producción Televisiva”, se exponen los lineamientos generales de la producción en TV.

En el capítulo II, “El Periodismo Deportivo”, se describe a grandes rasgos el periodismo de ese tipo. Del mismo modo, se presenta sucintamente la temática deportiva en general, en la que se ha puesto énfasis al fútbol como disciplina dominante en la producción de los programas deportivos.

En el capítulo III, “La Producción Televisiva en el canal del Estado”, presenta al inicio una breve reseña histórica del canal desde sus inicios hasta la actualidad; y luego continúa describiendo, sucintamente, el papel del productor en el mismo.

En el capítulo IV, “La Producción de Programas Deportivos en el canal del Estado”, comprende la enumeración de programas deportivos con los que ha contado el canal como *Ovación*, *DXTV* y *En la Cancha*. Asimismo contempla las condiciones a las que se ve expuesta la emisión televisiva en cuanto deporte se entiende.

Por último, en el capítulo V, “El caso del programa *Planeta Deporte*”, se expone extensamente la organización interior, las condiciones de producción y las dificultades a las que se ha visto expuesto este programa deportivo, si se toma en cuenta la incidencia del factor comercial para su emisión.

De igual manera, se acompaña la bibliografía consultada para esta investigación, tanto de libros y revistas, y de material bajado del internet.

Finalmente, la presente investigación aspira a contribuir a la formación profesional de los potenciales productores y realizadores de televisión sanmarquinos.

CAPÍTULO 2

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA

La pieza fundamental de la producción en televisión es el productor. Él es el gran creativo que concibe las ideas y le da el carácter audiovisual a todos los elementos que intervienen en el espacio televisivo. Por tanto, la producción televisiva se puede definir simplemente, como el proceso de creación de programas audiovisuales o el acto creativo que combina adecuadamente todos los elementos que intervienen en el proceso de producción.

El proceso creativo del productor debe acompañarse con la solución de algunos puntos, que son necesarias para su concreción, como son: creación, guionización, grabación, edición, post producción, locación, montaje escenográfico y ambientación, plantilla de iluminación y sonido, formato gráfico, movimientos de cámara, conducción, emisión, coordinación y supervisión de las comisiones, evaluación periodística, entre otras. Además, este proceso se ve influenciado por la idiosincrasia y limitaciones del medio.

La frase “producción televisiva” define de manera genérica todas las fases y elementos necesarios que comprende el proceso de la creación de un programa en televisión.

El concepto de producción en televisión comprende principalmente verbos de acción, crear, manifestar y fabricar. Producir implica un proceso; es el punto de partida desde la concepción de la idea hasta la realización de un programa. La producción en televisión es “la conjugación de una serie de elementos, su disposición y manejo para

alcanzar una meta o logro es la grabación o transmisión de un programa de televisión”. Es el proceso durante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video (sonido e imágenes en movimiento). Un programa de televisión que vemos en nuestros hogares es el resultado final de una larga cadena que se origina de una simple o complicada idea y representa el esfuerzo conjunto de un gran número de recursos humanos y técnicos que trabajando en equipo y hacen posible que el mensaje se presente de acuerdo con las características de la televisión.¹

2.1 Etapas del proceso de producción

La producción de televisión es una realidad dinámica en donde los diferentes procesos, habilidades y recursos técnicos que la conforman permiten lograr los resultados deseados. Un espacio televisivo es el resultado de toda una secuencia, durante la cual una idea se va transformando hasta llegar a concretarse en términos audiovisuales. Producir involucra crear, elaborar y alcanzar metas para lograr un determinado tipo de producto televisivo.

Producir implica un determinado esfuerzo y consumo de recursos técnicos en determinadas fases de la producción, por eso el responsable del espacio televisivo debe procurar realizar un trabajo efectivo o productivo. La productividad en televisión debe traducirse en una relación directa y transversal entre la producción, los insumos que se emplean para esa producción y el tiempo que se utiliza para concretar la producción.

De esta manera, la cantidad y calidad del producto audiovisual obtenido se podrá medir por la cantidad de trabajo operativo en horas-hombre o por el desgaste relacionado a la inversión en horas-capital. Además, se podrá establecer un promedio de tiempo para cada fase de la producción a fin de controlar toda la secuencia. En suma

¹ [http://television1.blogspot.com/2008/10/El Concepto de Producción en Televisión.html](http://television1.blogspot.com/2008/10/El_Concepto_de_Producción_en_Televisión.html).

cuenta, la productividad es alcanzar los mejores resultados de manera oportuna, sin provocar costos, tiempos o esfuerzos innecesarios.

La producción de un programa televisivo se desarrolla en tres fases o etapas fundamentales: La preproducción, la producción y la postproducción.

2.1.1 La preproducción

La preproducción es la etapa previa a la realización y es la fase más importante de la producción. Consiste en el proceso que se realiza antes de la grabación o transmisión de un programa. Durante la preproducción no solamente se decide sobre la temática, el talento principal o el personal de producción, también se consideran todos los elementos principales que intervienen en la planificación como, el presupuesto, el plan de producción, la estructura del guión o pauta general, las necesidades de equipos de registro, sonido, iluminación y edición. Además, se debe tomar en cuenta la locación, la movilidad, las comunicaciones, el apoyo técnico, entre otros puntos. En la preproducción se evalúa la viabilidad del proyecto para tomar las decisiones correctas.

La planeación es un tema importante dentro de la producción que debe ser tomada en cuenta por el productor, para esto la pauta es una herramienta indispensable que ayuda a planificar y prever todo el material que se mostrará en el programa. Su aplicación es responsabilidad del productor. Se recomienda la elaboración de una prepauta o borrador detallado de lo que se tiene, horas antes de salir al aire para poder organizar todo el soporte que conllevará a la emisión.

La prepauta le da al productor tranquilidad para manejar el contenido de su programa, a medida que pasen las horas y minutos para la salida al aire, esta pre pauta se convertirá en una pauta genérica final, que estará formada básicamente por las notas editadas, la intervención de los conductores, los cortes comerciales, las cuñas y todo tipo de presentaciones que llenarán el espacio de emisión, todos estos elementos se encontrarán “marcados” con sus tiempos respectivos. La milimétrica sucesión de componentes en el guión general considera márgenes de tiempo para los imprevistos, éstos están distribuidos de forma convenientes en todas las presentaciones en “On” (frente a la cámara). Para un programa informativo como *Planeta Deporte*, el margen era de tres minutos aproximadamente.

Teniendo en cuenta la pauta, el productor podrá priorizar la edición de comisiones, confirmar entrevistas, apurar y afinar especiales, eliminar notas, solucionar necesidades diversas y coordinar la parte técnica y operativa. El asunto “tiempo” para el productor es importantísimo. El hacer televisión es una cuestión con bastante movimiento, muy dinámico y algo caótico si dejamos que el tiempo nos gane.

... Hay muchas tensiones y una gran presión para tener todo listo antes del momento de la emisión. Y una vez al aire también es lo mismo, es inevitable enfrentar una audiencia muy crítica... En televisión es necesario trabajar en entornos ruidosos y ante multitudes que impiden la concentración. La preparación para cubrir un evento de manera adecuada demanda gran cantidad de trabajo ... (Hitchcock, 1993: 9)

Otro aspecto importante que influye en la preproducción y sobre todo en el resultado del programa, es la ubicación de las locaciones (*scouting*), esta nos permitirá conocer el ambiente de la transmisión y las facilidades que nos pueda proporcionar. A partir de estos datos reales, el productor podrá trabajar de forma conveniente la pauta de transmisión y hacer el pedido correcto de personal y equipos. Una locación conveniente

deberá cumplir con los requerimientos de la producción, facilitar el desplazamiento y funcionamiento de los equipos y del personal; si no se cumpliera con estos requerimientos, la producción deberá tener otras alternativas para la locación.

En la locación se determina las posibilidades de la transmisión, en cuanto a la ubicación y desplazamiento de los equipos, la cantidad de cámaras, luces y micros, el montaje de la escenografía, entre otras cosas. Es función de la producción coordinar y organizar la locación. El productor deberá convocar a todas las áreas implicadas en la producción, la presencia del director de cámaras, el coordinador de operaciones, los especialistas en enlace por microondas, el electrónico y el personal de escenografía es fundamental. Es recomendable hacer la locación con un mínimo de 48 horas de anticipación, pero este tiempo será determinado por la magnitud del evento, el lugar y las dificultades que pueda proporcionar el “terreno”.

Otro aspecto clave para el trabajo del productor en esta etapa, vendría a ser la parte técnica, no es posible realizar transmisión alguna si el soporte técnico funciona de forma deficiente. Para las transmisiones fuera o dentro del canal, el productor deberá preocuparse de la situación técnica y operativa de los equipos que se utilizarán en la transmisión, por ello la coordinación con los técnicos es importante para “levantar” y “enganchar” la señal de forma conveniente. En una locación la presencia y consejos de los técnicos resolverá la forma del enlace, ellos son los que recomiendan las necesidades técnicas para la transmisión.

Si bien es cierto que el productor es la pieza fundamental de una producción, este no puede hacer las cosas solo, se debe rodear de un grupo profesional de

colaboradores que se responsabilice de los diferentes quehaceres de la producción. La forma correcta de trabajo en televisión es delegar responsabilidades y el productor es quien debe supervisar el trabajo de su equipo.

La delegación de responsabilidades en un medio de comunicación es muy importante. Un programa es el producto de la colaboración, se tendrá que trabajar en estrecho contacto con un cúmulo de personas para hacer bien la tarea. En el negocio de la televisión no hay sitio para el solitario o el indómito ... (Lewis, 1994: 205)

La labor de la preproducción es fundamental para asegurar de forma efectiva las condiciones de realización de todo proyecto audiovisual. Con una buena preproducción el productor y su equipo podrán evitar olvidos, cometer errores y encontrar sorpresas. Para que un espacio televisivo sea exitoso, los intereses del programa y las necesidades del público objetivo deben ser estudiados y tomados en cuenta durante la fase de la preproducción. Una vez que todos los elementos primordiales estén cubiertos, la grabación puede comenzar. Con una buena pre-producción se garantiza una buena producción.

2.1.2 La producción

La fase de la producción es la concreción del programa. Todo lo planeado en la preproducción es realizado audiovisualmente. La grabación se hace en estudio o exteriores para ser transmitida en directo o diferido. En esta etapa es necesario seguir al pie de la letra la pauta general o el plan maestro del rodaje. El productor se encarga de dirigir o asesorar todas las etapas de la realización por las que pasa el programa. Dependiendo del tipo de producción y del tiempo que se cuente, el programa puede ser, “grabado en caliente” (sin parar) o grabado por partes. También se debe considerar una edición básica por corte o una pre-edición para depurar el material grabado.

Conocer las técnicas de realización en la etapa de producción, es poseer un dominio sobre los recursos del lenguaje televisivo constituido por la imagen y el sonido. Se caracteriza por ser lingüístico, ya que posee un lenguaje universal cercano a la teleaudiencia y bastante coloquial (elimina los rasgos de la comunicación particular y condición social). Además, es icónico, al igual que el lenguaje cinematográfico rico en imágenes, símbolos y signos, y también es un lenguaje sonoro, porque transmite información audible. El lenguaje televisivo está determinado por su naturaleza visual y auditiva. En ella se conjugan el lenguaje visual o imágenes (lenguaje del cine), el lenguaje auditivo verbal y no verbal (lenguaje radiofónico) y el lenguaje periodístico, sobre todo, en las informaciones (noticias, reportajes, etc.).

Si reconocemos cierto orden y reglas que rigen la puesta del mensaje televisivo, heredados de los lenguajes ya mencionados y adaptados a su condición de producción, estamos en presencia de ciertas gramáticas y sintaxis, que constituyen el lenguaje televisivo.²

La televisión es un medio de comunicación de masas por excelencia. El tratamiento audiovisual de su contenido y su gramática procede del lenguaje cinematográfico. Al igual que en una película, un programa televisivo se puede fragmentar en tomas (transcurrir continuo de la acción sin un solo corte), escenas (acción que sucede en un determinado tiempo y espacio) y secuencias (conjunto de escenas que cuentan una pequeña historia), dentro de estos tres elementos se encuentra toda la construcción del contenido.

²<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=123.456.789.000&ID=139162>

2.1.2.1 La toma

La toma es un registro de cámara de principio a fin sin corte. Tiene cuatro elementos primordiales que se combinan y producen la continuidad de movimiento, estos son: el plano o encuadre, la posición de la cámara, el ángulo de la cabeza de la cámara con respecto al objeto o el suceso y los movimientos de toda la cámara o de su lente.

2.1.2.2 El plano

Según el encuadre del registro, el plano lo podemos clasificar en:

1.- Plano de lejos (*long shot*). El plano de lejos significa distancia lejana entre la cámara y el objetivo. Es un plano panorámico, donde no se logra ver los detalles.

2.- Plano entero (*full shot*). Cuando se tiene un plano que abarca el paisaje total en el estudio de televisión, incluyendo los actores que se hallan actuando se llama “plano entero”... Es un plano completo donde si se ven los detalles.

3.- Figura entera (*full figura*)... se puede observar una figura entera, es decir, el tamaño total del cuerpo desde la cabeza hasta los pies. Se usa esta imagen cuando se desea mostrar el movimiento de todo el cuerpo...

4.- Plano sobre las rodillas (*Knee shot*). Se muestra el tamaño de medio cuerpo hasta arriba, desde las rodillas de una persona. Este plano se usa cuando se desea mostrar el movimiento del medio cuerpo hacia arriba.

5.- Plano de cintura (*Waist shot*). Es la toma que se realiza para tener un plano de la cintura hacia arriba del cuerpo.

6.- Plano de busto (*Busto shot*). Es la toma que se realiza para tener un plano del busto del cuerpo hacia arriba... este plano se usa con más frecuencia y es básico cuando se capta una imagen de personas en programas noticieros y de conversación...

7.- Plano alto (*Up shot*). Es la toma que se realiza para captar el plano desde el hombro del cuerpo hacia arriba y se usa ... cuando se quiere mostrar los gestos ... También se usa cuando se desea mostrar una parte resaltante de un objeto.

8.- Primer plano (*Close up shot*). Es la toma que se realiza para tener un plano de la cara de una persona y que cubra toda la pantalla del televisor. Se conoce también como “plano gigante”... También se usa para mostrar la facciones en primer plano del objeto.

9.- Primerísimo primer plano (*Extreme close up*). Es un plano de detalle puntual (Inictel, sf).

2.1.2.3 Posición de la cámara

La posición de la cámara es muy importante pues determinará la continuidad visual de la imagen en una sucesión de planos coherentes (*raccord*). Esta continuidad o encadenamiento de posiciones está determinado por un punto de vista general (desde la vista del personaje), que fija las otras posiciones y movimientos de cámara, el tamaño del plano, las miradas de los personajes, la ubicación de los objetos y la iluminación, de tal modo que se muestre una sintaxis visual de los planos anteriores o posteriores que caracterice al programa.

... la posición de la cámara ejerce influencia directa en la composición de la imagen, por lo cual es preciso decidir o determinar el plano de cada objeto... Cuando se desea captar la imagen de una persona, la posición básica es que el eje de luz del lente esté horizontalmente y la cámara se sitúe frente al objeto a la altura de los ojos de la persona...

La línea de enlace entre dos personas que se hallan conversando se llama “eje de conversación”. Si las cámaras se ubican fuera del eje de conversación, la imagen que se observa tiene una postura de cuerpo inversa y se observa más este efecto cuando se realiza un switcheo de la cámara por otra...

En general se obtendrá mayor captación de imagen cuando las cámaras se sitúen dentro del eje de conversación, o sea dentro de 180° (Ibíd.)

2.1.2.4 El ángulo de la cámara

El ángulo de la cámara es el punto de vista formado por el eje del lente de la cámara con respecto a la posición del objeto. Según esta situación se pueden distinguir tres tipos de ángulos: ángulo medio, donde la cámara se sitúa a la altura de los ojos del personaje principal y sirve para dar naturalidad a la escena; el ángulo picado, que es una toma desde arriba y se utiliza para provocar efectos de inferioridad y soledad; y el ángulo contrapicado que ubica la cámara por debajo de la vista del sujeto, mayormente se utiliza para producir sensaciones de superioridad y poderío.

2.1.2.5 Movimiento de cámara

Con respecto al movimiento de cámara existe una gran variedad de posibilidades que provocan un determinado efecto en la composición y equilibrio de la imagen. Los movimientos de la cámara dan dinamismo al programa.

Los movimientos de cámara se pueden agrupar en cuatro grupos: Los ópticos: *zoom in / out* (acercamiento), *focus in / out* (enfoque), *fade in / out* (diafragma); De cabezal: *tilt up /down* (inclinación), *panning* (paneo), *boom up /down* (elevación); De *dolly*: *dolly in /out* (desplazamiento adelante – atrás), *truck* (desplazamiento lateral); *Travelling* (desplazamiento libre con o sin *steady cam*).

... no resulta sorprendente descubrir que ciertos movimientos que efectúa la cámara pueden evocar respuestas asociadas a nuestros espectadores, y pueden también dar lugar a que sientan ciertas impresiones hacia lo que ven en la pantalla. Estos efectos son pues, el motivo fundamental del impacto que pueden producir las técnicas que hacen que la cámara sea “persuasiva”... Si escogemos bien los movimientos de la cámara, aumentaremos el interés y la vitalidad, y podremos despertar ciertas reacciones en la audiencia (Millerson, 2001: 75-82).

La producción de un espacio televisivo en vivo, requiere de infraestructura, equipos y personal especializado, que harán posible la concreción de la transmisión. Las áreas clave para la producción de televisión, son los *set* y la sala de control de video o *video tape*. En la primera se hace el registro de las imágenes y el sonido, y en la segunda la producción de programas, es aquí donde se alojan todos los equipos técnicos para la grabación, edición y postproducción.

Las áreas de los *set* cumplen una serie de requisitos referidos al acondicionamiento acústico, eléctrico, de refrigeración, de iluminación y sonido. En este lugar se hace la representación, grabación y emisión de programas. El *set* es

suficientemente espacioso para permitir el desplazamiento de las cámaras, cableado, elementos escenográficos y equipos en general.

El asunto del sonido requiere una disposición especial dentro del *set*. Se necesita de un perfecto aislamiento acústico para la eliminación de sonidos provenientes del exterior. El piso del *set* es bastante liso, está acondicionado para que los soportes de las cámaras puedan deslizarse con suavidad. La ventilación o acondicionamiento del aire pasa a través de conductos acústicamente protegidos.

El sonido tiene un tratamiento diferente. Los micrófonos envían su señal, por cable independiente, al mezclador de audio situado en la sala de control. En esta sala se procede a su grabación o emisión. Las órdenes entre el estudio y el control de grabación que concierne a todo el personal se dan a través del megáfono, es decir por los altavoces. El coordinador del estudio y los camarógrafos llevan auriculares por los cuales reciben órdenes directas del director de cámaras o del productor del programa.

Los proyectores o tachos de iluminación de diversa forma y tamaño se sitúan en el techo del set y están sujetos por parrillas, ganchos y especie de pasarelas sobre las cuales se desplazan los técnicos de iluminación. Generalmente, la ubicación final de los puntos de luz se hace desde el suelo mediante una pértiga muy larga. El sistema de luces se controla desde la consola de iluminación, que se sitúa en una de las esquinas del set.

... la imagen plana de la pantalla de TV, sólo nos permite una visión limitada de las dos dimensiones de la escena... La iluminación influye directamente en la interpretación y reacción del espectador de televisión. Puede modificar sus ideas sobre tamaño, forma y distancia; esto difiere notablemente del impacto pictórico y ambiental. La iluminación puede resaltar la forma, o suprimirla. Puede atraer la atención a la textura o disimular su existencia. Un ambiente iluminado de manera poco corriente puede aparecer excitante, misterioso, o aburrido, soso y sin carácter. Por lo

tanto, la iluminación no sólo permite “ver” a la cámara, sino que es el factor más importante de control de las reacciones de la audiencia (Millerson, 2001: 151).

Las cámaras del estudio se sitúan sobre pesados trípodes y su señal es regulada e igualada mediante cables de multiseñal (principalmente se regulariza la señal del diafragma, la ganancia y la corrección de color). Desde la sala técnica o unidad de control maestro las cámaras reciben sincronismo externo procedente de un generador máster que emite una señal *gen lock*. La señal hace que la salida de video de las cámaras se sincronice (*lock*) con la señal generada externamente (*gen*) para garantizar que los dispositivos del estudio –cámaras, grabadoras, editoras y computadoras– funcionen de forma sincronizada y reconozcan parámetros de la señal estándar de emisión. La sala de control maestro es el área donde se ubican todos los equipos técnicos que codifican, monitorean y controlan la señal de las cámaras, las luces y el sonido. Se encuentra en el entresuelo, por encima de los sets de televisión.

Tras el ajuste producido la señal pasa al área de *video tape* a una consola o *switcher* de video y es reproducida en monitores para que el director de cámaras en coordinación con el productor del programa proceda a su elección. El *switcher* de vídeo posibilita la secuencialidad, encadenamiento o armado del material registrado y editado por medio de transiciones, estas uniones pueden ser bruscas (*corte*), suaves (*fade*) o por efectos especiales (*mezcla*). La consola permite la realización en “previo” de los “ponchados” o selección de la vista o cuadro de las cámaras que van al aire a través del *switcher* del director de televisión, esto permite al director y al productor ver los efectos y calibraciones antes de hacer efectiva la operación al aire o la grabación final. Las

señales procedentes de las fuentes sonoras son mezcladas o seleccionadas en el *switcher* de audio situado también en la sala de control de grabación.

El director de cámaras desarrolla la pauta a través de la manipulación de las botoneras del *switcher*, por tanto, el productor tiene que explicarle la secuencia del programa al director; con él se tienen que coordinar las transiciones, los encuadres, la ubicación, los movimientos, los ángulos, los tiempos, los enlaces y la velocidad del espacio. El director de cámara o de televisión interpreta lo que el productor quiere.

La función del director de cámaras es la de coordinar y crear toda la imagen y el sonido que el guión requiere para su realización. Tiene el control y la dirección de todo el equipo técnico, tanto humano como electrónico. Ensaya, junto con el productor y los actores, el énfasis y desplazamiento en el set, e indica a su equipo la temática y el desarrollo de la grabación. Ejecuta el encuadre, movimiento y desplazamiento de una o varias cámaras para elegir la toma correcta. Establece la iluminación y el audio adecuados para la grabación. Supervisa y controla la calidad del audio y del video para reportar cualquier anomalía al técnico responsable (D'Victorica, 2005: 23-24).

La responsabilidad del productor se magnifica dependiendo del tipo de transmisión que haga, puede ser algo rutinario en estudio o un gran evento especial en exteriores. La forma y el modo influyen demasiado en la producción de un programa en vivo o grabado. Ambas situaciones son totalmente distintas.

Un programa en vivo no permite errores demasiado evidentes, su planeación es importante y debe ser exigente con la calidad de los elementos que intervienen en su producción. Un programa diferido o grabado puede permitir la corrección y el mejoramiento progresivo en busca de la toma o secuencia ideal.

2.1.3 La postproducción

La postproducción es la etapa decisiva de todo el proceso pues implica cómo va a quedar el programa. Esta fase es algo más que pegar o ensamblar segmentos en un orden determinado en la edición. Ahora es un asunto de creatividad que implica la inclusión de efectos especiales. De ella depende que el programa sea bueno o malo. Las etapas anteriores pueden haber sido exitosas pero si la post-producción es deficiente todo se habrá echado a perder.

Gracias a los efectos digitales, la edición puede realzar mucho una producción, hacerla impactante e innovadora. Los efectos especiales pueden incorporarse en directo o con posterioridad a la grabación.

En el proceso de edición más simple se dispone de dos VTR (*video tape recorder*), uno reproductor y otro grabador o editor, unidos por una consola de control desde la que se realizan todas las operaciones. Lo básico es ubicar el punto de entrada en el cuadro o plano de inicio en la cinta del registro (*player*), este debe coincidir con el punto del cuadro donde finaliza la última secuencia grabada en la cinta colocada en la editora. Una vez efectuadas estas operaciones se puede proceder al comienzo de la edición.

Las dos VTR (reproductor y grabador) marcharán hacia atrás un tiempo prefijado denominado *Prerroll* (rebobinado previo para estabilizar la velocidad de las máquinas), a continuación se producirá la grabación de la nueva secuencia. El proceso

de edición de vídeo permite dos variantes: el modo de edición en *insert* (inserto) y el modo de edición en *assemble* (fusionar).

El modo de edición *insert* se utiliza cuando una cinta esta previamente grabada o con sincronismo (pulso que indica el comienzo y el final del campo electromagnético de la señal del video. La frecuencia de los pulsos de sincronismo depende del sistema de televisión, en América con excepción de Argentina y Uruguay el sistema estándar es el NTSC). El *insert* hace posible la inserción de imagen y sonido, sin afectar el material grabado con anterioridad en las pistas de la cinta; puede insertarse solamente vídeo, respetando el sonido existente; también es posible insertar solo audio en una o en todas las pistas a la vez. Además de marcar el punto de entrada de la nueva información a grabar, se deberá marcar también el punto de salida. En la modalidad de *assemble*, se va creando nuevos impulsos de sincronismo, el material grabado con anterioridad es afectado por la nueva edición. En el modo *assemble*, la entrada es estable y sincronizada pero la salida no lo es. Cuando se opera en la modalidad *assemble* no es necesario marcar el punto de salida de la nueva edición.

El desarrollo de los nuevos sistemas de postproducción se presentan con mayor ventaja respecto a la clásica forma de edición *on-line* (en tiempo real). La principal diferencia está en la drástica reducción de los costos y del tiempo de la postproducción. Para la edición *off line* o edición no lineal las imágenes originales se digitalizan en el ordenador, se editan y almacenan en el disco duro para la obtención del máster.

En la actualidad estamos asistiendo a un proceso de paulatina desaparición de la cinta magnética, que está siendo sustituida por el disco duro magnético, como probable paso intermedio a otros sistemas que están siendo investigados en estos momentos.

Por otro lado, los continuos avances tecnológicos habidos durante las dos últimas décadas en el ámbito digital, han ido revolucionando los diferentes procesos de la postproducción, lográndose resultados cada vez más sofisticados y transformando radicalmente los mundos de la publicidad audiovisual, la animación y la producción televisiva y cinematográfica.

La postproducción engloba todas las tareas efectuadas con la señal de vídeo con posterioridad a su grabación, o sea, después de la producción. Son procesos generalmente encaminados a mejorar y hacer más atractivo el producto final, y se integran desde la edición y la mezcla de imágenes, a la superposición de diferentes elementos en una misma frecuencia, o sea, la composición, pasando por la elaboración de complicados efectos que pueden suponer la creación e inclusión de rótulos, gráficos y animaciones en tres dimensiones.

El uso de la compresión de vídeo ha dado paso a una verdadera invasión informática en todos los campos de la producción y la postproducción televisiva, empezándose a utilizar video servidores dotados de gran capacidad de almacenamiento.

También la fase de la transmisión televisiva se ha visto afectada por la revolución digital, siendo ya una realidad la televisión digital por satélite y estando en desarrollo la televisión por cable y la televisión digital con la resolución actual o en alta definición, además de las nuevas posibilidades que brindará la interactividad y el acceso a la Internet.

En todo este contexto, la postproducción pasó en la última década de efectuarse en complejas salas llenas de equipos analógicos específicos para cada tarea, a elaborarse en salas similares pero con sistemas digitales que hicieron posibles efectos mucho más ambiciosos. El siguiente paso ha venido de la mano de la informática, con los sistemas de postproducción digital, que hacen disponible en un mismo terminal de ordenador, tareas tales como la edición, composición, creación de gráficos y títulos, tratamiento de la imagen, efectos especiales e incluso la animación. En la actualidad, el avance en el *hardware* y el *software* que gestionan las imágenes ha sido tal, que se está logrando hacer realizable prácticamente cualquier proyecto.

El nuevo lenguaje audiovisual, es sin duda alguna, digital, y en él ya casi no existe la palabra imposible. Las únicas limitaciones son las que establezca la creatividad del realizador.

Con la edición no lineal, tras la digitalización de las imágenes y sonido a usar, se puede acceder a cualquiera de ellas prácticamente de forma instantánea, al tenerlas en el disco duro. Deja de ser necesario avanzar o rebobinar la cinta para llevarla al punto de edición: éste se localiza de forma aleatoria. Y en lugar de estar atados a lo ya editado, como en la edición lineal, se podrá hacer fácilmente todo tipo de cambios en el montaje.

Últimamente, con los avances tecnológicos y el uso en algunos casos de bajos niveles de compresión, la edición no lineal se ha implantado también en los sistemas *on-line*. El disponer de todas las imágenes digitalizadas en video servidores, no hace sino reforzar la tendencia al uso de estos equipos.

Como se ha visto, la evolución desde la cinta magnética hasta el servidor de vídeo con disco como soporte de almacenamiento, ha abierto las puertas a un gran desarrollo en las distintas áreas de la postproducción. La no linealidad del acceso a las imágenes implica un nuevo enfoque y nuevas posibilidades a la hora de llevar a cabo muchas tareas. En un futuro podemos esperar mayor velocidad de transmisión de datos en las

comunicaciones y nuevos sistemas de almacenamiento, con enormes capacidades y bajos precios: por el momento se está trabajando con discos ópticos (sobre todo DVD), memorias RAM, memorias holográficas, etc.³

2.2 El productor de televisión

El productor de televisión es un especialista audiovisual. Se encarga de asesorar y monitorear a sus periodistas, editores, camarógrafos y técnicos para que el material recogido se convierta en material televisivo de interés. Su labor consiste en la organización, planificación, coordinación y producción total de los programas que están a su cargo, e incluye la obtención de los recursos para la realización del espacio televisivo (personal, equipos de registro y edición, turnos, transporte, entre otros), la coordinación de la publicidad y la promoción, así como la dirección de televisión si se requiere. El productor define el concepto general del programa, calcula las posibilidades de realización y toma las decisiones más importantes.

El productor tiene que estar en estrecha coordinación con todo el personal implicado. Es el “líder” del equipo, y necesariamente, debe trabajar y relacionarse con todos los talentos y especialistas que intervienen en la elaboración del espacio televisivo, sea éste diferido o emitido en directo. El productor monitorea y efectúa la supervisión por sí mismo, o a través del equipo que dirige, de todos los aspectos teóricos y prácticos del proceso de producción. Trabaja directamente con el director general del programa, el director de televisión y el coordinador periodístico diseñando las secuencias, la transición de los segmentos, el estilo, la composición visual, y los valores éticos y estéticos que conforman el programa.

³ <http://ecine.blogcindario.com/2006/10/00009-postproduccion-digital.html>

Este profesional tiene múltiples funciones en la preparación del programa: encontrar la locación ideal, decidir sobre los equipos idóneos, conseguir permisos, elaborar el plan de trabajo para los integrantes del equipo, planificar procedimientos alternativos en caso de que las condiciones para la producción sean contrarias; hacer los preparativos para las transmisiones ordinarias y extraordinarias, coordinar los equipos de grabación y los turnos de edición y postproducción. También es responsable del respeto a los tiempos en la programación, la promoción del programa, de la selección de su equipo profesional y técnico, de la planeación de los horarios de trabajo, descansos y refrigerios.

Asimismo, serán de su competencia, los ensayos (previos) de la transmisión y la emisión final del espacio; dar forma (diseñar) y evaluar ideas iniciales hasta convertirlas en proyectos especiales, vigila que el tratamiento audiovisual del contenido del programa sea claro y veraz; integrar a todo el equipo de producción, realizar gestión administrativa, estar al tanto del contenido comercial, promociones, convenios, coproducciones y derechos de transmisión, y evaluar los resultados de preferencia en la teleaudiencia para desarrollar nuevas estrategias de relanzamiento. Además, con él se deben coordinar las necesidades de personal y de material. Como líder, debe de ser el gran motivador de la transmisión y velar por la situación y bienestar de los integrantes de su equipo operativo, técnico y de producción. Su presencia durante las transmisiones es importante, sobre todo para la solución de imprevistos propios de la producción mediática del canal. Al respecto, dice Lewis (1994) que “la presencia de un productor ... supervisando la grabación y producción ..., es importante ... el productor va para obtener el paquete final”, así como lo expresado por Hitchcock: “El productor ...

siempre debe estar presente en todos los partidos, para mantener la continuidad y garantizar una transmisión de buena calidad...”(Hitchcock, 1993: 107)

Es importante que el productor tome en cuenta que la televisión es básicamente imágenes en movimiento, por eso se recomienda en programas de corte informativo una proporción de 70 a 30 entre el material editado y la conducción. El protagonismo de los conductores en un programa “estático” no es recomendable. La televisión exige más imágenes y movimiento.

El equilibrio entre el espectáculo y la información depende del estilo del programa, la personalidad del periodista y de la audiencia misma ... No se puede pasar por alto que la televisión es ante todo un medio visual; sin imágenes adecuadas, la historia no logra su objetivo... La finalidad de las noticias deportivas por televisión es mostrar los eventos y la información aun con más detalles que los que captarían los televidentes si estuvieran en la escena misma del partido. Es importante lograr que el televidente se involucre con las imágenes y con la historia. .. Las imágenes mismas deben adquirir la capacidad de relatar la historia (Ibíd.: 11-22).

El gran reto del productor televisivo es encontrar la fórmula ideal para crear un programa exitoso y diferente, que colme los intereses del medio televisivo y satisfaga las expectativas de la teleaudiencia. Esta fórmula tiene que ver con todos los elementos que intervienen en la producción, sean estos periodísticos, audiovisuales y de programación. La propuesta del productor para el registro de imágenes, la novedosa edición, la forma de la conducción, el formato de la pauta, la secuencia y la velocidad en el desarrollo del contenido son importantes, ya que estos pueden definir la preferencia televisiva, en relación a programas del mismo corte.

El productor de televisión deberá tener las aptitudes necesarias para enfrentar la labor televisiva, como sentido estético, cualidades creativas y artísticas; y capacidad

para la comunicación y las relaciones públicas. El es un profesional de las Ciencias de la Comunicación capacitado en producción, que tiene que contar con amplios conocimientos técnicos y artísticos, de todo lo concerniente al tratamiento audiovisual de la producción.

El trabajo en televisión exige muchas horas de dedicación, puesto que para realizar un programa de corta duración es necesario pasar mucho tiempo en los estudios del canal para grabar, seleccionar y editar el material. El productor puede hacerse cargo de la investigación sobre los temas que cree que pueden resultar de interés, organizar la búsqueda del material que necesita; puede redactar los guiones y también ocuparse de la edición y grabación. El productor da forma audiovisual a las ideas propuestas por el director del programa, y ambos tienen la última palabra para la elección del personal que integrará el equipo de producción.

Desde que toma la responsabilidad de un programa, el productor se posesiona completamente de él. Convoca, encabeza y asiste a todas las reuniones de planificación y coordinación, y discute con el director del programa y con todo su equipo el cuadro de comisiones, el guión y el enfoque total de la producción. Además, es el primer interesado en terminar de diseñar cada uno de los aspectos, secuencias y detalles del espacio o serie de programas que producirá, como los planos y tomas de los camarógrafos, los enlaces y las plantillas de iluminación y sonido, que en la mayoría de las veces están propensas al cambio. Entonces podemos decir que el productor está en todo, es el primero en llegar y el último en marcharse.

El productor debe delegar responsabilidades a sus asistentes más confiables, ellos colaborarán en algunos aspectos de la realización del plan de trabajo de producción, como son: la confirmación de las coordinaciones en general, la ejecución del cuadro de comisiones, la convocatoria del personal operativo, los turnos y equipos; la posibilidad y facilidades de las localizaciones, la disposición de la escenografía, iluminación y sonido. Dependiendo de las características y la complejidad del proyecto televisivo, el productor verá la necesidad de coordinar con equipos técnicos o humanos más o menos numerosos.

La coordinación de comisiones, el registro, la edición y la emisión del programa se realiza muchas veces bajo presión sobre acontecimientos irrepetibles que exigen rapidez, por lo que el productor debe formar un equipo que se mueva con habilidad y confianza. Lograr el compromiso del equipo humano para llevar el programa a buen fin es parte de las tareas del responsable de la producción, quien debe formar un grupo confiable con experiencia, que se imbuya en el tema y conozca lo que el productor quiere lograr con su programa, de tal forma que el trabajo se realice coordinadamente, respetando el formato y el estilo que diferencia a la producción de otras producciones. En suma, el productor debe realizar un trabajo rápido y organizado para recopilar datos y transmitirlos con eficiencia y oportunidad en situaciones de presión de tiempo. El éxito de la producción de un programa radica en hacer las cosas con tiempo y en la oportuna instalación de todo lo necesario para la transmisión. Por eso es que debe ser metódico.

El productor debe tomar en cuenta, antes de decidir trabajar un contenido o temática, diversos factores que se entrecruzan para permitir puntualizar una producción. Algunas de las preguntas obligadas que se debe hacer son: ¿cuáles son los hechos más

importantes del día? ¿de qué trata el tema? ¿cuál es la dirección periodística que se va a dar? ¿qué parte de la nota se va a levantar? ¿se cuenta con los recursos necesarios para realizarlo? ¿con qué personal se cuenta? ¿cuáles son los plazos de tiempo? ¿qué se necesita para llenar el programa? ¿es posible sacarle provecho al asunto?

El encargado de la producción (quien cuenta con el apoyo de su personal periodístico) debe analizar con visión crítica y realista los materiales que dispone, seleccionar aquellos que son ampliamente significativos y que facilitan la producción o que abren nuevas aristas que enriquezcan el tema, ordenar el material desechando lo superfluo, lo oscuro, lo distractor; esto significaría un ahorro de recursos, tiempo y trabajo tanto en el registro, la edición y la posproducción. El productor debe estar pendiente de que su plan de producción se guíe sobre una delimitación de elementos por registrar que se ajusten al tema concreto de interés, sin embargo, debe considerarse siempre al material trabajado como una “obra abierta”, en donde pueden integrarse en cualquier momento información que amplíe o actualice nuestra visión sobre el asunto o que lo cambie radicalmente.

Un productor siempre debe estar pendiente de que el material por trabajar no sea muy genérico, pues pretender cubrir o grabarlo todo no es práctico, resulta superficial y poco revelador. Decidir por temas noticiosos actuales, novedosos, reveladores y veraces, por asuntos de interés que tengan la cualidad de primicias, requiere una visión fresca, renovadora, informada y real, que se ajuste a las condiciones del medio (presupuestos, equipos, personal y material). Los materiales con que se cuenta tienen que ser aprovechados al máximo, de tal manera de que la nota, reportaje, secuencia especial, claquetas, tomas de apoyo o acompañamiento musical tengan un

papel mejor que el de simple ilustración o relleno, que aporten información o emoción; que el espectador pueda ver, entender y disfrutar el resultado final.

El productor debe observar los factores que se cruzan en las etapas de la producción, ya que un examen riguroso de las eventualidades y contratiempos hará que la planificación y la logística sean certeras y eficaces, con poco lugar a la improvisación. Ser realista no es tan complicado si establecemos un método de trabajo que se adapte a las características de la rutina laboral. Un buen productor planificará con cierta flexibilidad su trabajo para lograr los objetivos planteados con la mejor calidad, sin desperdicios de tiempos ni dinero y bajo el mejor ambiente.

En la producción de espacios televisivos se debe procurar no dejar nada al azar, hasta la improvisación debe estar considerada como elemento de contingencia, es decir, un programa en vivo siempre estará expuesto a eventualidades originadas por la transmisión, que deben ser resueltas en el momento por el productor. Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, improvisar es hacer algo de pronto, sin estudio ni preparación. A nivel de producción televisiva, el término improvisar tiene que ver con la solución de problemas no previstos en una transmisión. Lo ideal es que esto ocurra, sin que el televidente se de cuenta de ello.

La improvisación se puede relacionar con cuatro motivaciones que se pueden dar en el momento de comenzar, estar o terminar un espacio televisivo al aire. La primera se refiere a factores técnicos, como puede ser la falla de equipos y enlaces; la segunda puede presentarse por errores del personal de operaciones que está en turno, como malos encuadres, sonido defectuoso, errores en los créditos, mal lanzamiento de las

notas, deficiente coordinación, cruce ante cámaras, entre otros accidentes; la tercera es provocada por los conductores del programa, que en la mayoría de los casos se da por tardanzas, malas presentaciones, olvido, desmedido protagonismo ante cámaras o solicitud de material a destiempo; y la cuarta eventualidad que provoca las improvisaciones, se da por razones de la producción responsable, como puede ser, lentitud en las ediciones, falta de invitados, informaciones no confirmadas, errores estadísticos, órdenes imprecisas que crean confusión y pautas mal elaboradas que descuadran los tiempos o no dosifican el contenido.

El espacio televisivo se constituye en un factor determinante para un programa porque dentro de este parámetro está toda su representación, y el punto vital que debe ser tomado en cuenta, es el tiempo; éste determinará la dinámica de toda su estructura que se representará ante cámaras. La naturaleza audiovisual de la televisión obliga a los dueños del medio a procurar presentar siempre una antena caliente (mantener la atención y expectativa del televidente). No se desea que el televidente se aburra y cambie de canal. El contenido televisivo no debe estar divorciado de la finalidad de la televisión, que es entretener para no perder público.

Uno de los objetivos como productores es mantener armonía en nuestro equipo de trabajo, en el personal técnico y artístico que se relaciona con la producción, siempre se debe mantener una comunicación positiva desde el más alto ejecutivo hasta el más humilde auxiliar de estudio. Esto creará una unidad de acción en donde todas las partes responden en armonía, colaboración y sincronización, generando óptimos resultados.

Algunas tareas específicas del productor de televisión que podemos agregar, pueden ser: diseña y realiza productos televisivos (series, programas, spots, propaganda, etc.) de acuerdo a los lineamientos y necesidades establecidas por la televisora, selecciona a criterio los vídeos y audios óptimos para la elaboración de claquetas, presentaciones, relanzamientos, promociones y fondos para el programa, elabora informes o memorándums sobre las diversas anomalías o avances en la elaboración del programa en todas las etapas de la producción, está en contacto permanente con la dirección del programa, la jefatura y la gerencia de televisión, coordina y sugiere al camarógrafo y al editor del programa la grabación y confección de las diversas tomas secuencias del espacio televisivo, recopila y recupera materiales audiovisuales que enriquezcan la videoteca del programa para posteriores emisiones, hace la selección de personal en *casting*, revisa y aprueba los textos en *off* de los reporteros, para la elaboración de las notas informativas antes de grabarse, entrega los enlatados finales al lanzador del control de emisión para la transmisión del programa al aire o los lleva al archivo general (video teca), supervisa el trabajo del personal encargado del sonido, la iluminación, el montaje y el operador técnico para la realización de la producción.

2.2.1 El productor y la producción

El profesional clave en el proceso de producción y de creación de cualquier obra audiovisual es el productor. No solo personifica a la producción, sino que representa en sí mismo el nexo conductor que da unidad al complejo proceso de producción que siguen todas las producciones televisivas.

El productor es la pieza visible del programa y a él apuntan todas las llamadas de atención, es el responsable de lo que haga o deje de hacer su equipo de producción; tiene responsabilidad en el contenido de la señal del aire y en el uso conveniente de los turnos, equipos y personal que le asigna el canal. Por la naturaleza de su trabajo es el que más permanece en el canal resolviendo y solucionando problemas.

Es importante que el productor se forme una imagen respetable de sí mismo dentro de un canal de televisión, para que las personas a su cargo colaboren con él y cumplan sus órdenes por convicción y no por obligación. Por el hecho, de que son muchos los profesionales implicados que intervienen en la elaboración del programa, el productor debe saber ganarse a estas personas. Siempre debe hallar el punto medio para no ser tildado de conflictivo, esta es la llave que abrirá todas las puertas y le hará diferente a otros productores. El productor puede ser comparado con un jugador de ajedrez que mueve sus piezas en un tablero de ajedrez, un mal movimiento puede acabar en desastre.

La producción de un espacio televisivo es una responsabilidad compartida entre el canal y el equipo de producción, uno más relevante de carácter ejecutivo que pertenece a la empresa estatal y sus intereses políticos y económicos, y otro más práctico, dirigido a la producción del programa. Ambos niveles deben actuar de forma conveniente y justa sobre la producción, esta relación se podrá apreciar a lo largo del proceso de producción y en el resultado del producto final: el programa.

Los televidentes están muy acostumbrados a ver programas de televisión, pero rara vez se preguntan cómo se hacen o cuánta gente hay detrás de las cámaras de su programa favorito. A los únicos que conoce son a los presentadores que son los rostros visibles del equipo. Sin embargo, en alguna oportunidad se ha podido observar por accidente, camarógrafos, sonidistas y luminotécnicos distraídos, editores y directores preocupados, asistentes que se cruzan frente a la cámara, coordinadores despistados con sus pizarrines y productores sorprendidos en plena conversación.

Resumiendo podemos decir que la televisión integra a una amplia gama de actividades y profesionales que se relacionan transversalmente. El trabajo de producción es una labor de conjunto, en la que solo la unión de diferentes habilidades permite alcanzar los resultados deseados. En el proceso de la producción todos y cada uno de los elementos que intervienen en las diferentes etapas es importante.

2.2.2 La producción en vivo

Los responsables de la producción de un espacio en directo, cuya programación es diaria, siempre estarán luchando contra el tiempo de forma perpetua. Por ello la pauta debe considerar tiempo y soluciones para las eventualidades. Una hora televisiva es de aproximadamente 52 a 48 minutos, dentro de este tiempo se debe considerar el tiempo de todo el avisaje comercial con todas sus variantes, el tiempo restante es para el contenido informativo y la franja de seguridad.

La franja de seguridad o tiempo en *stand by*, es el espacio que el productor tiene para la solución o corrección de imprevistos durante la transmisión. En la práctica

este tiempo debe de ser de no menos tres minutos. Si se presentara alguna falla operativa o técnica, o algún retraso en la presentación de las notas. El productor deberá reaccionar de forma conveniente, según lo planificado y considerado en la pauta, anulando las notas menos importantes, utilizando material inactual o alargando secuencias y comentarios, según sea el caso.

Es indudable que durante una transmisión en vivo, sea en interiores o en exteriores, el productor tiene más trabajo. Es por eso que en lo posible, todo debe suceder dentro de lo previsto en tiempo, forma y calidad, evitando los imprevistos que alteren negativamente la pauta planteada. El productor en la unidad móvil o en el canal, tiene generalmente controlados todos los asuntos e insumos que utilizará durante el programa (entrevistas, notas editadas, conducción, enlaces, claquetas, música, premiaciones, etc).

En un espacio informativo deportivo el tiempo es un asunto que debe ser tomado muy en cuenta, el carácter dinámico del programa debe ser interpretado por una producción de ritmos rápidos, breves notas, y efectos visuales y sonoros que transmitan energía. La noticia debe ser ágil, vertiginosa y oportuna. Como se dice en el ambiente de producción, “más de un minuto ya es un exceso imperdonable, más de un minuto hace que la nota pierda su carácter de entretenimiento”. Es imperativo apostar por la brevedad, independientemente del género que pertenezca la información noticiosa.

El productor como creativo, además de armar su programa de forma lógica, dará su toque retórico personal y figurativo al espacio, ya sea mediante el bombardeo de imágenes, la yuxtaposición de planos, ángulos y movimientos, el tratamiento

audiovisual en la postproducción y el empleo de los tiempos para las diferentes secuencias. La creatividad y la producción tienen que ir juntos para que el productor sea original, exitoso y que pueda destacar sobre sus demás colegas. El éxito de un programa podría radicar en que sus elementos audiovisuales comuniquen y tengan una mezcla de entretenimiento, show, información y concurso. Hay que atacar por todos los frentes al tele espectador, si bien se puede trabajar información cotidiana, noticias importantes y refritos, también hay que apostarle a la innovación, o sea, al como se muestran las diferentes secuencias, estos dos asuntos, el contenido y su apariencia tienen que ir de la mano, y el productor es el encargado de hacerlo.

La creatividad a menudo comienza con recuerdos que unen a la imaginación ideas que provienen de otras fuentes, para formar combinaciones complejas. Según el escritor Arthur Koestler, cuanto más inusual sea la creación, más creativa será. La creatividad surge de la creación de ideas que normalmente no se piensa que puedan estar asociadas...

El conocimiento lineal puede ser el campo de trabajo básico para desarrollar el pensamiento no-creativo, porque la creatividad es a menudo circular y salta por encima de la lógica discursiva. Si todo lo que tienes en la cabeza es cómo lo han hecho los demás antes que tú, no te resultará fácil provocar saltos creativos.

En su lugar piensa en aprender tu oficio a través de una serie de actividades relacionadas entre sí, pero no de modo lineal. Piensa en un círculo, no en una línea...

La creatividad comienza con el deseo de que algo cambie, de hacerlo mejor, de resolver un problema, de responder a una necesidad. Gran parte del trabajo creativo depende de la habilidad al definir aquello que uno anda buscando. Las soluciones surgirán de la definición clara de los problemas.

Definir el problema exige clarificar tu intención ... Esto puede significar investigar, explorar y jugar con ideas nuevas hasta que algo comience a bullir ... (Seger, : 22-38).

El productor puede designar al director de televisión con el que trabajará el formato y la orientación del programa. También verifica y coordina todas las funciones o actividades dentro del plan de preproducción. En suma, no hay nada dentro de la realización que no pase por la supervisión del productor, pero esto no debe interferir en ningún momento con la autoridad y responsabilidad de cada profesional.

Es de su responsabilidad concretar en proyectos audiovisuales, producciones relacionadas al deporte derivadas de convenios establecidos por la dirección del programa o la jefatura de televisión con otras instituciones, sean deportivas, culturales o educativas. Proponer contenidos y temas de programas a la jefatura del programa y plantear eventos deportivos extraordinarios a la dirección de televisión.

Por la naturaleza de su trabajo el productor está sometido a una presión constante para el cumplimiento de plazos y tiempos. Por ello muchas veces es catalogado como conflictivo al querer que todo funcione a su velocidad. El productor debe hacer las cosas de forma rápida y práctica, esto hace que muchas veces descuide su salud, sus horas de sueño y su familia.

El productor tiene que tener las cosas claras para motivar a los demás y sacar adelante la transmisión. Sin temor a equivocarse se puede decir que, segundo a segundo, el productor piensa rápido y hace mucho. Este hecho genera todo un esfuerzo cognitivo del cerebro, que termina en un estrés.

Además, el productor debe vigilar que los créditos comerciales de auspicios y agradecimientos, y la nómina de los colaboradores implicados en el programa, se pasen durante la transmisión o al final. En toda producción ha de citarse a las fuentes informativas, el no hacerlo podría derivar en problemas legales. Contar con la asesoría de un abogado especializado en esta materia ayudará no sólo a saber cómo podemos usar imágenes, música o textos de otros sin incurrir en faltas, sino que también nos servirá para proteger los derechos de autor de nuestra producción.

CAPÍTULO 3

EL PERIODISMO DEPORTIVO

El desarrollo del periodismo deportivo posee características relacionadas al proceso evolutivo de los medios de comunicación. En la actualidad los medios llamados tradicionales, como la prensa escrita, la radio y la televisión se complementan con los nuevos canales de comunicación. El internet hace posible el uso de diferentes instrumentos, como: el texto, las fotos, el video y el audio en una misma plataforma.

3.1 El periodismo deportivo en el Perú

Los comentarios, secciones, espacios y programas deportivos siempre han estado presentes en los diferentes medios peruanos, los más representativos por su relevancia o protagonismo han construido la historia del periodismo deportivo nacional.

3.1.1 La prensa deportiva peruana

Sobre la prensa de antaño podemos decir: el primer periódico de la capital se llamó "La Gaceta de Lima" que apareció en 1715, en 1790 aparece el primer diario: "Diario Curioso, Erudito, Económico y Comercial" publicado por Jaime Bausate y Mesa; y en enero de 1791 aparece *El Mercurio Peruano* de la Sociedad Amantes del País con una publicación bisemanal.

El pionero de la prensa deportiva escrita fue sin lugar a dudas *El Comercio* que se inicia en 1839 bajo la batuta del chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota, ambos combatientes de la batalla de Ayacucho (1824). En sus primeras ediciones *El Comercio* hace referencia a una crónica sobre la carrera de los chasquis que tiene relación con el tema deportivo. Desde hace mas de 25 años edita el suplemento *Deporte Total* y recientemente ha lanzado al mercado su diario especializado llamado *Deport* que tendrá una dura competencia, frente a los bien poseionados *El Bocón* del grupo *Ajá y Correo*, y *Líbero* del grupo *La República* y *El Popular*.

El primer periódico deportivo del país, cuya fecha de fundación se remonta a 1993 fue *El Bocón*, en sus comienzos solo era una pequeña columna del diario Ojo, pero la demanda hace que se vuelva un diario, cuyo mayor contenido es el fútbol. Cabe mencionar también al desaparecido diario *Ídolo*, que surge en 1989, justo un día después de la derrota de nuestra selección contra la uruguayaya, con su primera portada ¡No vamos al mundial!

Mallma, en su reseña histórica sobre los diarios deportivos, indica lo siguiente:

Durante la década del 90' hubo un boom del periodismo deportivo en nuestro país. Aparecieron los diarios *El Bocón* (1993) editado por Epsa, *Todo Sport* (1993) editado por Editora Sport, *Líbero* (1995) del Grupo La República (...). También aparecieron otros diarios como *El Bacán* (1995), *Potrillo* (1996), *Garra Crema* (1996), *La Fiera* (1997), *Corner* (1997) que tuvieron poco tiempo en el espectro periodístico (Mallma, 2006: 26).

3.1.2 Las revistas deportivas

Según Gustavo Mallma:

La década de 1920 marca el inicio del periodismo deportivo en el Perú, con la aparición,... de los primeros textos de actividades deportivas que se practicaban en Lima y Callao. Por esa época el fútbol aún no era deporte de masas. En las desaparecidas revistas “Mundial” y “Variedades”, aparecían breves notas sobre atletismo, ciclismo y polo ... (Ibíd.).

Agrega que: “El fútbol comenzó a ganar notoriedad el año 1924 y originó la publicación de la revista “Sport Gráfico”, y en sus páginas aparecían, esporádicamente, los comentarios de Felipe Pinglo, compositor del célebre vals “El Plebeyo” (Ibíd.).

Mallma precisa, además, que:

En 1945 apareció la revista “Sport” donde se publicaban notas sobre ciclismo, automovilismo, motociclismo, fútbol y boxeo. Por aquella época también apareció “Golazo” donde destacó Alfonso Rospigliosi Rivarola quien dominó el periodismo escrito, radial y televisivo. Fundó además revistas deportivas como “Campeón” y “Ovación” y tuvo a su cargo la conducción de “Gigante Deportivo”, un programa televisivo de gran sintonía en canal 5, que se mantuvo vigente hasta la década del 80 (sobre éste ver el capítulo IV de nuestro trabajo)..

También circularon las revistas Once (1997), Don Balón Perú (1997) y El Gráfico (1998), de los cuales sólo este último continúa (sic) en circulación. Todos estos medios, sin excepción, ofrecían y aun ofrecen en sus ediciones, información preferentemente vinculada al fútbol (Ibíd.: 26).

3.1.3 Los espacios radiales

El inicio de la radio deportiva la hace la estación OAX, que fuera inaugurada por el presidente Augusto B. Leguía (que en 1933 cambiaría su nombre a Radio Nacional) en el año 1925 con la transmisión de los partidos de fútbol del torneo profesional peruano y la cobertura de las diferentes competencias deportivas. El decano de la prensa

radial, sin duda, fue el programa *Pregón Deportivo* que inició sus actividades en 1948 bajo la acertada conducción de Oscar Artacho Murgado, en la desaparecida radio Central. Posteriormente en 1964 el periodista deportivo Alfonso Rospigliosi funda el programa *Ovación*, cuyas ondas se radiaron inicialmente en la desaparecida radio *El Sol*. Estos dos programas vendrían a ser los pioneros de la prensa radial deportiva. En 1972 aparece *Goolazo* del periodista deportivo Bruno Espósito Marsan, este programa emitido por Radio *Callao* se caracterizó por la cobertura cotidiana que hizo de todas las disciplinas deportivas, durante las 18 horas de su programación.

3.1.4 Historia de la televisión deportiva

El periodismo deportivo televisivo en el Perú tuvo sus orígenes a finales de la década del 50, cuando apareció la televisión en nuestro país. Uno de los primeros programas lo difundió Canal 13 (Panamericana Televisión) con la conducción de Rodolfo Escobel Forero, donde se pasaba especialmente deporte internacional enviado por las agencias de noticias en rollos de películas, este espacio era difundido los domingos por la tarde. Los noticiarios de entonces, como “El Panamericano”, “El Telenoticiario” del canal 4, y posteriormente “El Noticiero Conchán” (también del canal 4) y el Noticiero “Bata Rímac” del canal 9, no tenían sección deportiva. Los deportes eran informados como cualquier información del momento y esporádicamente se televisaban algunos eventos deportivos.

En 1964, el canal 9 transmitió en diferido el Campeonato Mundial de Basket Femenino que se realizó en el Coliseo Cerrado del Puente del Ejército y en la tribuna norte del Estadio Nacional. Los relatos y comentarios estuvieron a cargo de Óscar

Artacho y Luis Garro. En la historia del deporte peruano ese año ocurrió un lamentable hecho: la tragedia del Estadio Nacional del 24 de mayo donde murieron más de 300 personas que intentaron salir del recinto al ser lanzadas bombas lacrimógenas por miembros de la Policía Nacional (Guardia Civil en esa época). Los efectivos intentaron controlar la reacción de los aficionados peruanos por la anulación de un gol contra la selección Argentina por el torneo clasificatorio a la Olimpiada de Tokio. Un canal de televisión anunció la transmisión de ese partido, pero se desconocen los motivos de la cancelación a última hora de la cobertura de ese cotejo. En suma, las esporádicas transmisiones salían al aire una vez concluido el evento. Algunas veces se difundían una hora después de haberse iniciado.

Se recuerda que el canal 5 (cuya frecuencia original era el 13) hizo transmisiones de fútbol desde mediados de los 60 con Humberto Martínez Morosini y Rodolfo Espinar. A partir de 1969 en el magazine sabatino *Perú 69*, con motivo de la clasificación de Perú al mundial de fútbol de México 70, se abrió un programa de media hora de duración. En ese mismo año apareció *Ovación* en el 9 con el mismo equipo que tenía Alfonso Rospigliosi en Radio *El Sol*. Unos meses, en el último trimestre de 1968, el canal 9 inició las transmisiones de los partidos amistosos de la selección peruana de fútbol y del campeonato descentralizado con la narración y comentarios de don Eduardo San Román. Este mismo canal también transmitió en directo desde Buenos Aires, el histórico partido Perú vs. Argentina donde el jugador Oswaldo Ramírez hizo los goles que permitieron la clasificación al mundial azteca.

Para la cobertura de la Copa Mundial de México 70 apareció el “Circuito 4-9”, cuyo eslogan era “la red gigante de televisoras peruanas” y que transmitió en forma

exclusiva para todo el país. En 1970, el canal 9 cerró y parte de sus trabajadores fue contratado por el canal 11, que lanzó un espacio llamado *Teleonce en el deporte* que se difundía diariamente a las 10.00 p.m. y era dirigido por Eduardo San Román. No sólo se dedicaban a difundir fútbol sino que informaban otros deportes. En 1971, cuando cubrían la prueba automovilística “Caminos del Inca” su unidad móvil se volcó saliendo de Ayacucho y pereció uno de sus productores, Tomás Glasinovich.

A mediados de los setenta aparece en el canal 4 el programa *Exclusivas Deportivas* que iba los sábados de 11.00 de la mañana a 1.00 de la tarde, con la conducción de Luís Ángel Pinasco y Roberto Salinas. Por su parte, en el canal 5 continuaría Martínez Morosini con su bloque deportivo sabatino, acompañado por Javier Rojas. En 1976 salió al aire *Panamericana Deportiva* que se difundía los viernes a las 8.00 de la noche. Era la época de Telecentro, empresa creada por el Estado para el control de los dos canales comerciales más importantes, América TV, canal 4 y Panamericana TV, canal 5.

En el verano de 1980 salió al aire el programa *Gigante Deportivo* un espacio con 10 horas de duración semanal, 5 los sábados y 5 los domingos. Este programa que sienta precedentes en la historia de la televisión deportiva, fue fundado por el periodista Rospigliosi y se transmitió durante más de una década por Panamericana Televisión. *Gigante Deportivo* era el obligado referente de las noticias deportivas nacionales e internacionales y su programación era el compendio de todo el acontecer deportivo, sobre todo el fútbol. Durante sus emisiones maratónicas Rospigliosi combinaba sus acertados comentarios, con notas, reportajes, entrevistas, *sourvenirs* y sus famosos “Goles de Cubillas”.

En lo que se refiere a la televisión estatal, la temática deportiva tuvo varios programas deportivos. *Reportdeporte* (1975) con la conducción de Eduardo San Román y Juan Velarde Grabulosa, *Deportv* (1977-78) con Juan Velarde y Luís Álvarez Mesías. *Ovación en el Deporte* conducido por el periodista Micki Rospligliosi, hijo de Alfonso Rospigliosi. Este espacio iniciado en 1992 fue censurado y sacado del aire a finales de 1995, los motivos fueron los constantes comentarios y opiniones vertidas por su conductor principal relacionadas a la política deportiva del gobierno. *Ovación* fue reemplazado por el programa *DXTV*, cuyo director fue el periodista deportivo Bruno esposito Marsan. Este programa se caracterizó por la seriedad de las apreciaciones y protagonismo de su director y por la difusión de todos los deportes.

Al empezar la década de los años 90, apareció *Goles en acción* por el canal 13 bajo la dirección de Alberto Beingolea. Fue un espacio innovador, que redujo el protagonismo de la conducción con temas complementarios nunca antes visto, como la cobertura de los entrenamientos, imágenes de los entrenadores durante los partidos, las tribunas, la gente fuera de los estadios y el enlace con los corresponsales de provincia. Además, la transmisión de los partidos internacionales se hizo más cotidiana.

3.1.4.1 El periodismo deportivo reciente en la televisión de señal abierta y cable

Hace aproximadamente ocho años el número de programas deportivos existentes en señal abierta era exiguo y el contenido principal de sus informaciones como ahora, es el fútbol.

En el canal 2 el tema deportivo no era muy importante, la información se trataba a través de sus noticieros. Posteriormente se crea un curioso y original espacio deportivo conducido por Alex Rissi que tenía una mascota llamado “el perro Contreras” interpretado por el actor cómico Carlos Vilchez, que se encargaba de presentar las notas sin confirmar. Para el comentario de los partidos del fin de semana, Frecuencia Latina tenía como panelista principal al polémico periodista Tito Navarro. A finales del 2003 aparece *El Especialista* con Phillip Butters que poseía la fama de ser un personaje temperamental e histriónico. Desde que apareció en "Al ataque" de Canal N, Butters fue un periodista diferente por su forma de conducir y decir las cosas claras. Philip aparecía soberbio en ocasiones pero nadie puede negar que era un profesional bien informado y conocía su oficio, sobre todo en el asunto del fútbol.

El Especialista fue reemplazado por “Los Titulares” conducido por el periodista deportivo Gustavo Barnechea acompañado por Coki Gonzales y Jesús Arias. Este es un espacio menos polémico y bastante neutral en el tratamiento de la información.

En el Canal 4 está una dupla que ya tiene tiempo en televisión, Gonzalo Núñez y Erick Osoreo que actualmente conducen *Fútbol en América*, ambos comenzaron en la transmisión de la Euro Copa de 1999. Gonzalo Núñez tiene carisma y aparenta ser muy conflictivo; sin embargo, le falta profundidad en sus apreciaciones, tiene el estilo de conducción del periodista Lalo Archimbaud por su forma de hablar y las expresiones de su rostro. El programa es bueno en la edición de los partidos, pero las

discusiones entre Gonzalo y Osoreo son muy frías. *Fútbol en América* es solo eso, fútbol.

En el 5 el programa representativo es *Teledeportes* conducido actualmente por el periodista deportivo Omar Ruiz de Somocurcio en reemplazo de Lucho Trisano. Ruiz de Somocurcio ha sabido posesionarse en el medio como un periodista carismático, simpático y sobre todo bien informado. Su experiencia periodística televisiva nace en *Planeta Deporte* de canal siete, donde se caracterizaba por sus comentarios coloquiales y estilo desenfadado de conducir.

En el 9 Eddie Fleischman ya tiene años con *El Deportivo*, comenzó su carrera con *Ovación* del fallecido Micki Rospigliosi. Las ediciones de su programa son buenas y es bastante entretenido. Pero su espacio está saturado de mensajes publicitarios y de fútbol.

En el canal 11 de Belmont la programación deportiva es parte de su noticiero principal, eventualmente se formaba paneles encabezado por el propio Ricardo Belmont e integrado por los periodistas Lalo Archimbaud y Elejalder Godos. En el 2003 se integra a RBC el Señor Gian Carlo Vacchelli llamado el “Ángel del deporte”, quien tenía buenos comentarios pero era muy repetitivo, se complementa bastante bien con el periodista Elejalder Godos que sí conoce de fútbol y la señorita Cecilia Francesconi por su carisma y frescura. Actualmente RBC no tiene un programa deportivo específico, ya que Vacchelli al igual que Alberto Beingolea, han pasado a ser congresistas de la República.

En el 13 estaba el programa *Goles en Acción* dirigido por el periodista Alberto Beingolea, quien tenía como comentarista a Bruno Cavassa y a Pedro García. El reportero estrella era el famoso “Alan 10” que era un showman de la información por sus informes y entrevistas diferentes, con un toque de buen humor, irreverencia e informalidad. Por ese entonces este programa daba la mejor cobertura al Campeonato Nacional de Fútbol.

Actualmente Global Tv tiene un programa deportivo llamado *Entre peloteros* conducido por Luis Trisano y Julio Menéndez, acompañados en el panel por tres ex mundialistas, Roberto Challe, Germán Leguía y Eduardo Malásquez. Dada las características de sus conductores e invitados, este espacio dedica la mayor cantidad de su tiempo al tema futbolístico.

En 1989 se inicia en el Perú el servicio de televisión por cable. La primera empresa en comenzar esta experiencia fue Telecable, luego le siguió Telefónica a través de Cable Mágico y de Cable Express. Desde el año 2000, Cable Mágico viene ofreciendo su servicio de Cable Net, que permite al televidente conectarse con Internet desde su televisor.

En la actualidad, el notable desarrollo y despliegue de la televisión por cable, ha resultado ser una fuerte competencia para la producción de señal abierta. La señal del cable está abriendo nuevos espacios para la creación, exploración y propuesta de nuevos contenidos. Sin lugar a dudas, este medio da la mejor cobertura al tema deportivo, CMD (canal 3) tiene la cobertura más completa y sobre todo la exclusividad de los partidos

del Fútbol Profesional Peruano e internacional. La variedad de programas deportivos es considerable, pero también tiene el fútbol como tema principal: *Show de Goles*, *Partido Aparte*, *Central Deportiva*, *Clásicos a Mano*, *Entre Titulares* y *Versus*. Otros programas especializados son: *El Rincón de Box*, *NBA en Acción*, *Perú Aventura* y *Perú Surf*. Todos los programas cuentan con un panel de profesionales sobresalientes.

En CMD –Cable Mágico Deportes- los programas que rompen esquemas son: *Entre titulares*, los llamados “El gordo, el chato, el loco y Francesca” hacen un buen grupo, y tienen una particular manera de comentar y presentar las informaciones de forma divertida y dinámica. *Central Deportiva* que se encarga de dar a conocer las noticias deportivas es la imitación de la cadena internacional Sport Center de ESPN. *Versus* es la imitación del noticiero deportivo argentino Fox Sport, actualmente está conducido por Daniel Peredo en reemplazo del periodista Alberto Beingolea, tiene como panelistas a los mundialistas Jaime Duarte, Percy Rojas, Ramón Quiroga y Roberto Drago. Sus comentarios y calificativos del campeonato profesional de fútbol son bastante respetuosos y contemporizadores. La crítica a este programa estaría por la cantidad de especialistas que muestra en el panel, a veces hay hasta ocho panelistas que motivan discusiones improductivas. La aparente confrontación de ideas que se deben producir en *Versus* muchas veces termina siendo infortunadas tertulias con mucho protagonismo de por medio. El otro espacio es *Show de Goles*, es un programa muy singular, su conductor Luís Carrillo presenta los mejores goles nacionales e internacionales, el programa es dinámico y el conductor es conciso en sus apreciaciones. Esta propuesta es muy parecida al proyecto original de *Planeta Deporte*, ya que su formato nos recuerda a naves, galaxia y seres extraterrestres. “100% fanáticos” es otro programa novedoso y divertido del cable, con una serie de pruebas y concursos entre

equipos, cuyo premio máximo es un viaje pagado a cualquier parte del mundo. El conductor es el actor Gino Piero.

3.1.5 Deporte e internet

Posteriormente la señal cerrada de la televisión por cable revolucionó las transmisiones deportivas, los programas se hicieron más especializados y la producción se vio influenciada por formatos extranjeros, sobre todo de espacios argentinos.

Con la aparición del Internet el modo de hacer periodismo deportivo cambia radicalmente. Las posibilidades digitales hacen que se integre la prensa escrita, la radio y la televisión en una nueva propuesta de información innovadora. Pero la plataforma digital es bastante colorida en cuanto a la información, la mayor cantidad de contenidos deportivos se genera a través de direcciones particulares, solo un porcentaje minoritario pertenece al ambiente periodístico.

La primera página dedicada al periodismo deportivo digital se denominó "Fútbol Peruano en Tiempo Real" fundado en 1997 por el periodista Enrique Giles, esta página web se editó posteriormente dentro del dominio de futbolperuano.com, cuyos derechos serían comprados por la empresa privada peru.com SA. El segundo pionero de la edición digital sería el decano de la prensa nacional elcomercio.com.pe. Su sección dedicada a los deportes nos brinda un panorama muy actual y global del acontecer deportivo.

Esta tribuna digital llamada internet aparecida a principios de la década de los ochenta hace de la radio, la televisión y la prensa medios mucho más versátiles, transversales y múltiples; con la posibilidad de recibir respuestas, reacciones y análisis de los usuarios de manera instantánea. El ciberespacio ha creado muchos sitios especializados en la web, donde se pueden encontrar crónicas, entrevistas, reportajes, noticias, pronósticos e información muy variada. La gran mayoría de la prensa escrita, noticieros televisivos y medios radiales tienen sus páginas en Internet, las cuales sirven para llegar a más personas, y ser oídos y vistos en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo. El periodismo digital emplea la web o red virtual de la información de forma interactiva, para investigar, producir, y difundir contenidos de diferente índole. La prensa deportiva ha encontrado en la Internet un gran soporte para expandirse más.

En esa vorágine producida por Internet, además de lo puramente informativo, los diarios digitales deportivos se han amoldado a la nueva situación y ofrecen los temas deportivos propios de un diario, acompañados de otros aspectos relacionados con el deporte como es la venta de entradas para los espectáculos deportivos, la presencia en ruedas de prensa para que los internautas conecten con la redacción y expresen sus puntos de vista. También para ofertar servicios característicos de otros portales temáticos, como pueden ser noticias obtenidas de agencias y empresas especializadas, información obtenida de otras fuentes mediáticas, prensa, radio, televisión y portales de personas y organismos del deporte...

Otros servicios son los de recibir fotografías y vídeos, tener conocimiento de las competiciones, participación en diálogos con deportistas, técnicos y dirigentes, foros, chat, enlazarse con otras páginas web, juegos on line, tener relación con los otros medios, radio y televisión, y buscar y encontrar lugares para vender y comprar..

En el avance incomparable de Internet por ocupar un puesto entre los medios de comunicación, y debido a las posibilidades que oferta, la red ha sido tomada por cuantos tienen algo que decir en deporte. En la actualidad, federaciones, organismos, clubs y deportistas han creado sus particulares portales para dos cuestiones fundamentales: informar desde la fuente, que son ellos, a quienes se conecten a sus páginas digitales, y naturalmente rentabilizar a su favor la información. En estos particularizados portales se ofrecen noticias, pero detrás de sus contenidos se vislumbra el carácter propagandístico y mediador de sus propagadores.

Pues bien, pese a los avances tecnológicos y las profecías de que a principios de este siglo el periódico ya no se escribiría con tinta, la realidad indica que Internet tiene su espacio en la comunicación e información y no va a desplazar, al menos en un futuro próximo, a los tres medios ya consolidados...

Para que eso suceda, aún debe transcurrir un largo período de tiempo en el que incluso Internet se pueda ver desplazado por otro invento tecnológico que supere sus ventajas (Alcoba, 2005: 177-178).

El buen periodismo deportivo está obligado a recurrir a todas las herramientas y géneros informativos para ofrecer material de calidad, que contribuya al diálogo ciudadano y a la pluralidad de la información.

3.2 Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es uno de los terrenos profesionales de mayor arraigo dentro de la prensa. Es un verdadero campo de especialización temática de gran aceptación. Esto se puede comprobar en los diversos medios tradicionales, y en las versiones *on line* situadas en la *web*. Este avance, debido al proceso de globalización que se vive, permite una cobertura más completa de la información deportiva y mejora el producto periodístico.

Los principales protagonistas de la información deportiva son:

- 1) Los deportistas como generadores de los sucesos y acontecimientos deportivos;
- 2) Los periodistas como productores de la información; y
- 3) La audiencia aficionada que consume la información deportiva.

El periodismo deportivo, según Alcoba, aparece con la introducción del deporte en la prensa escrita. Precisa, además, que “los primeros periodistas deportivos no son aquellos que ofrecieron en los periódicos del siglo XIX notas sobre una actividad practicada o promovida por la alta sociedad, referida al esparcimiento o la referencia a habilidades de orden físico”(Ibíd.: 49), sino que en “la Biblia ya se ofrecen referencias a personajes que en una u otra medida podemos señalarlos como deportistas de alto

nivel”. Toma como ejemplo a “David (que) fue un hondero portentoso, como lo demostró derrotando al gigante Goliat. Sansón hizo gala de su poderío físico derribando las columnas”. De igual forma se refiere a Miguel de Cervantes –a quien, según él, podría considerarse periodista deportivo– cuando en Don Quijote de la Mancha describe la destreza deportiva de un personaje de su novela –un mancebo que quería casarse con una joven–. Recuerda también Homero y Píndaro como una especie de cronistas deportivos cuyas referencias sobre las primarias competencias deportivas en el primero y los Juegos Olímpicos en el segundo han llegado hasta nosotros.

Alcoba llega a la conclusión que “los primeros periodistas deportivos tuvieron que ser escritores subyugados por la emotividad de la competición deportiva y la expectación que esos juegos y personajes levantaban en todos los sectores de la sociedad, desde el pueblo llano a la aristocracia” (Alcoba, 2005: 49).

Por otra parte, el periodismo deportivo no puede ser considerado como un hobby, sino como una actividad dinámica necesaria. Su influencia económica, impacto cultural y presencia mediática es enorme. El periodismo deportivo es una forma especializada de periodismo de entretenimiento. Es un tipo de prensa que presenta la información actualizada de la manera más agradable posible. ¿Su objetivo? Entretener e informar.

Este reconocimiento de entretener e informar, hace que los propios medios de comunicación no le exijan al periodista deportivo profundidad en su apreciación crítica ni calidad en sus opiniones, porque para eso está el “periodismo serio”. Este es el “Talón de Aquiles” que la prensa deportiva nacional debe enfrentar y superar.

En definitiva, el periodista deportivo no debe ser considerado como un simple informador o catalogado de bajo nivel o defensor de ciertos intereses. La formación profesional del periodista deportivo está dentro de las características generales de la profesión. El periodista deportivo al igual que sus colegas que se especializan en el periodismo serio y objetivo, que laboran en programas informativos y de análisis; debe seleccionar los hechos, describirlos y mostrarlos con la mayor veracidad posible. Incluso, debe interpretar, evaluar y analizar, para encontrar causas, señalar relaciones y definir propósitos. En suma, debe descomponer el acontecimiento noticioso para descubrir su significación dentro de determinado contexto, y poder darlo a conocer. El periodista deportivo tiene que conocer la realidad deportiva, entenderla, transmitirla y aportar con ideas y conceptos. Esto es hacer periodismo de opinión.

Los periodistas que tienen la posibilidad de estar al frente de una cámara o un micrófono y gozan de cierta popularidad, deben tener cuidado con sus comentarios y opiniones, pues los conceptos sensacionalistas, las malas intenciones y los errores del lenguaje llegan a un gran número de personas; que por imitación o por seguir un modelo lo repiten; de esta forma el periodista con su opinión contribuye a la desinformación y a la propagación de errores en el uso del lenguaje. Los verdaderos periodistas, son más que simples contadores o narradores de sucesos; son aquellos que al hablar o escribir logran que sus receptores quieran saber más de lo que ellos han contado. Es decir, un buen periodista crea curiosidad, genera opinión y forma conciencia.

Lamentablemente, cualquiera que tenga un medio para comunicarse o se encuentre laborando de muchas formas en un espacio de difusión se autodenomina “periodista”; más aún, con la actual vorágine tecnológica del ciberespacio, y el

abaratamiento de equipos informáticos y de telecomunicaciones, cualquier persona medianamente entendida puede crearse un blog y jugar a ser periodista. Pero hay un asunto que tienen que tener bien en claro los periodistas de profesión, una cosa es contar o informar, y otra transmitir opinión.

Parte de la solución sería tener para el tema deportivo, periodistas más profesionales, que contribuyan a dar soluciones a la problemática deportiva, que hagan uso correcto del lenguaje, que sigan códigos de conducta ética, que no sean cómplices del poder. Periodistas que sean más analíticos e incisivos, en suma, hace falta periodistas verdaderos y no sólo aficionados al deporte.

Como en los otros géneros, el deporte no es más que un hecho sacado de la realidad para ser comentado o notificado ... el periodista deportivo tiene la obligación de estar preparado y capacitado para ofrecer un punto de vista más realista de la misma que el simple espectador... (Alcoba, 1980: 155).

Los medios audiovisuales masivos (*mass media*) influyen definitivamente en el pensamiento y la percepción que el individuo tiene de su realidad. Los medios son los instrumentos difusores de los aspectos dominantes del sistema social, y uno de los hechos más importante y relevantes en la sociedad es el deporte.

La temática deportiva produce interés entre los medios de comunicación. Esto trae como resultado la existencia de medios especializados que dedican gran parte de su programación al desarrollo del periodismo deportivo. La prensa especializada en los deportes se dedica a la cobertura de información originada en los eventos deportivos a nivel local, nacional e internacional; expone los hechos, da a conocer novedades y analiza toda la realidad de su propio contexto. Este tipo de prensa desarrolla diferentes

géneros, como la noticia, el reportaje, la entrevista, la crónica, y da opinión a través de sus artículos y editoriales.

El deporte más difundido y practicado en todo el mundo es el fútbol, sus fanáticos y seguidores son numerosos, su potencial económico es interesante para las industrias y su espectacularidad encandila la cobertura tecnológica. Este deporte crea expectativa en los medios, es por eso que los diarios amplían sus secciones, la radio recrea espacios de análisis, la televisión apuesta por transmisiones espectaculares y el internet ha terminado de coronar el interés por su disciplina estrella: el fútbol.

3.3 El espectáculo deportivo y el fútbol

El fútbol ha sido el gran descubrimiento del género informativo en el último decenio, se ha comprobado que todo lo que genera el deporte futbolístico despierta un interés inusitado. La trascendencia que posee el fútbol y su influencia en las estrategias de programación televisiva no se acaba con la transmisión propiamente dicha, la información se convierte en una importante fuente de marketing, comercio, promoción y publicidad.

La televisión produce todo el espectáculo deportivo a diferencia de los otros medios. La televisión no se limita a describir, comentar e interpretar los acontecimientos deportivos, sino que los "transmite", es decir, los "produce" con gran impacto en sus audiencias, gracias al desarrollo constante de su tecnología (transmisiones vía satélites, cámaras de alta calidad, equipo sofisticado de audio y video, etc.). En la actualidad la televisión de alta definición (HDTV), los sistemas de digitalización y los procesos de

multimedia, determinarán las nuevas formas de ver el deporte e incrementaran su espectacularidad.

Con relación al tema futbolístico, la televisión se posesiona como un “buen complemento”. Las noticias relacionadas con el fútbol son objeto de titulares y tienen reservado un número importante de minutos al aire, más que los bloques dedicados a la política y temas sociales. La transmisión de los partidos de fútbol nacionales e internacionales desplaza de la programación a cualquier otro programa, incluido los informativos. Esta situación se debe a la demanda e interés que los televidentes muestran por este espectáculo y por sus protagonistas: los jugadores de fútbol. Estos personajes se han convertido en una especie de *rock stars* cuya vida privada se ha convertido en dominio público, algo parecido al *star system* de *Hollywood*.

... qué es lo que hace de un espectáculo deportivo el principal centro de interés y por qué el fútbol se constituye uno de las mercancías fundamentales de la sociedad capitalista. Una primera aproximación podría partir del siguiente enunciado: “La programación televisiva se construye en respuesta a los gustos y los intereses de los espectadores, y éstos demandan mayoritariamente partidos de fútbol y noticias relacionadas con este deporte”. En una aproximación como ésta, la televisión quedaría relegada a un mero instrumento de los grupos sociales dominantes, y no tendría ninguna responsabilidad en la producción del fútbol como un deporte espectáculo de consumo masivo.

La segunda explicación se podría resumir así: “La industria televisiva Aprovecha y fomenta la falta de sentido crítico de los espectadores, y por intereses de la propia industria, acaba convirtiendo al fútbol en el centro de la programación”. El medio es desde esta perspectiva el origen del importante peso relativo que el fútbol tiene en la vida cotidiana de los ciudadanos. Los responsables de las empresas televisivas y los periodistas colaboran con el deterioro cultural que se predica a las masas de ciudadanos. En esta situación se considera que las empresas se convierten en aliados de los intereses espurios de algunos grupos políticos que prefieren una ciudadanía más preocupada por los asuntos intrascendentes del deporte que por los problemas que afectan a la colectividad de los ciudadanos. La televisión podría haberse utilizado del mismo modo para promover las competencias culturales y el sentido crítico de la población.⁴

⁴ http://personal.us.es/ezamora/Curriculum%20Web%20EZ_archivos/Futbol%20y%20Television.pdf

Mario Vargas Llosa, quien en el Mundial de Fútbol España 82 ofició de periodista deportivo, ha dicho que el deporte y la cultura se complementan. Esto lo dijo en el marco de la entrega de donaciones a la Investigación en la Universidad Europea de Madrid, en noviembre del 2007. “El deporte – expresó – es uno de los ingredientes fundamentales de la cultura y educación integral de las personas; especialmente, de los niños y jóvenes”. Sin embargo:

Rara vez los periodistas deportivos fomentan otros deportes, a no ser cuando la temporada de fútbol profesional ha concluido y es necesario llenar ... la información deportiva con todo aquello que tenga alguna relación con el tema ... demostrado ha quedado que su principal preocupación está vinculada a un solo y exclusivo deporte ... El deporte es algo más que el espectáculo futbolístico. El deporte es un bien cultural el cual se debe propagar por todos los medios (Alcoba, 1980: 192-193).

3.4 Periodismo televisivo

La política de la información periodística la define el medio de comunicación y el responsable del contenido deportivo es el director general del programa, el determina las comisiones noticiosas que cubrirán los reporteros. El productor de televisión se encarga de interpretar audiovisualmente el material periodístico noticioso que emitirá por el espacio televisivo.

El director tiene el control general de la transmisión, escoge la línea que debe seguir la historia y el ángulo del enfoque que se dará, con base en lo que el considera que la audiencia desea.

“El productor –afirma Hitchcock– por su parte, maneja la parte funcional de toda la operación, decide el tiempo de duración de las tomas, que repeticiones de jugadas se pasarán y toma otras decisiones acerca de la transmisión en sí (Hitchcock, 1993: 106)”.

El material periodístico registrado es adecuado por el productor a las exigencias del lenguaje televisivo. Un lenguaje que combina coherentemente y con unidad narrativa las imágenes y el sonido, de esta forma la noticia logra alto nivel de atención e interés. Recabar información es la labor principal del periodista, para esto emplea a la entrevista como principal herramienta.

Para lograr una buena entrevista el reportero asume la representación de la audiencia y debe formular preguntas que la audiencia quiere que le respondan. Debe escuchar con atención lo que el entrevistado le diga y no anticipar ni presuponer la respuesta, aun si se trata de un tema que le sea familiar. La forma de estructurar las preguntas para una entrevista determina el tipo de respuesta. También ha de establecer el orden de importancia de las preguntas –desde las más generales hasta la más controversial o críticas... Quien cubre un juego, evento o rueda de prensa desde el lugar de los acontecimientos debe despojarse de toda timidez para obtener una entrevista.

Lo peor que puede suceder es que reciba una respuesta negativa. Lo mejor, que logre una excelente entrevista, ojalá exclusiva. Es necesario conocer a quién se va a entrevistar, tener clara la razón de la entrevista y, si el tiempo lo permite, preparar una lista de preguntas... (Ibíd.: 15-20).

La relación del productor de televisión con los periodistas deportivos de su entorno debe ser absoluta, ya que son estos profesionales especializados, quienes le brindaran el conocimiento y el material para “recrear” el contenido del programa. La identificación del productor no especializado con el tema deportivo debe ser progresiva. Su interés por aprender debe reflejar una constante motivación profesional y personal.

Los materiales y las técnicas que ofrece el PERIODISMO DEPORTIVO se basan en la experiencias prácticas y no sólo en teorías de lo que podría o debería suceder La actitud personal es un ingrediente de vital importancia para el éxito. Se requiere una

actitud positiva, estar siempre dispuesto a dar un poco más de sí y jamás contentarse con decir “todo salió perfecto” (Ibíd.: 7).

El equipo de prensa conformado por el reportero y su camarógrafo, comisionado para cubrir algún evento deportivo, debe tener claras las necesidades de la producción. Los informes deben ser cortos, concisos y visualmente entretenidos. “En estos medios se debe ser conciso, ameno y dar la mejor información posible en el tiempo asignado...La palabra clave siempre es tiempo. Este determina los materiales que se pueden usar en una transmisión deportiva” (Ibíd.: 10).

CAPÍTULO 4

LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA EN EL CANAL DEL ESTADO -TNP

4.1 Breve reseña histórica

Televisión Nacional del Perú comenzó como Radio Nacional del Perú el 30 de enero de 1935 y pertenecía al Servicio de Correos del Ministerio de Gobierno y Policía, seis años más tarde, se constituyó en Emisora Oficial del estado. La Televisora Estatal conocida como Canal 7 sale al aire oficialmente el 17 de enero de 1958 como órgano de difusión del Ministerio de Educación e inicia sus transmisiones en el piso 22 de ese ministerio, ubicado en ese entonces en el Parque Universitario.

Por cuestiones de meses la iniciativa pública ganó a la empresa privada la primicia de la televisión. La UNESCO donó 22 mil dólares al Ministerio de Educación, cuando era ministro el historiador Jorge Basadre, para instalar un modesto canal experimental

Desde el piso 22 del edificio del Ministerio, el más alto de Lima en esa época, se empinaba una pequeña antena y un modesto transmisor de 100 vatios y 50 en audio que entraron en funcionamiento el viernes 17 de enero de 1958, bajo la nomenclatura Garcilaso de la Vega OAD-TV7... Una nota de prensa anticipó que la programación de dos horas (7 a 9 de la noche) consistiría en un documental que explicaba el manejo de una marca de receptores y otro sobre antenas de televisión.

No existe ningún reporte periodístico del acto inaugural. Diarios como El Comercio se limitaron a reseñar la nota de prensa confiando en su veracidad ... (Vivas, 2008: 26-27).

De 1962 a 1965 ambas emisoras estuvieron bajo la tutela de una Junta de Telecomunicaciones integrada por representantes del Poder Ejecutivo, las Fuerzas Armadas y dos universidades nacionales. En 1969, Radio Nacional pertenecía a la

Oficina Nacional de Información (ONI) dependiente de Palacio de Gobierno. El 05 de marzo de 1974 se crea el Sistema Nacional de Información (SINADI) integrado por la Oficina Central de Información (OCI) y la Empresa de Radiodifusión del Perú (ENRAD-PERU), este último, asumió el manejo y programación de Radio Nacional del Perú, la Gerencia de Radiodifusión de ENTEL-PERU y Radio La Crónica.

En nombre de la Cultura, la educación y la seguridad nacionales el gobierno de Juan Velasco Alvarado expropió la televisión. El 9 de noviembre de 1971, vía la Ley General de Telecomunicaciones, estatizó el 51 por ciento de las acciones de los canales de televisión; dos años y medio más tarde, el 1 de febrero de 1974, vía la creación de Telecentro, se hizo del cien por ciento.

En la televisión no hubo reforma sino mero control. La obligación compulsiva de aumentar el porcentaje de programas culturales y educativos y el “parametrage” del periodismo televisivo fueron los únicos lineamientos de política hacia el medio que contaron con instancias de fiscalización y presión.

En el primer caso, se instó al Inte (Instituto Nacional de teleducación) y al INC (Instituto nacional de Cultura) a ocupar horas de pantalla. Para garantizar el parametrage, como en todo régimen político censor, hubo una cadena de vetos tácitos y silencios prudentes que exacerbó la autocensura por sobre la propia censura. Rara vez necesitaron los directores de noticieros ser llamados a la orden por sus jefes militares en el canal porque supieron administrarse dentro de sus estrechos márgenes. En sus frecuentes...

casi diarias, visitas a la OCI (Oficina Central de Información) ubicada en el Sinadi (Sistema Nacional de Información, creado el 5 de marzo de 1974) se les pedía aclaraciones menudas sobre alguna incidencia noticiosa o se les formulaba órdenes precisas para instrumentalizar alguna campaña de opinión o dar la palabra a algún amigo del régimen.

Por supuesto, hubo advertencias y amonestaciones, clausuras temporales y definitivas a espacios que en principio habían sido autorizados; pero muchos de estos impasses se debieron al celo de algún funcionario intermedio creyendo interpretar el deseo de la alta autoridad.

En el aletargado canal 7 se despertaron, naturalmente, ánimos ventajistas. ¿Sería el eterno canal estatal el abanderado de la reforma, al que se ordenase cumplir grandes misiones y para tal efecto recibiese ingentes recursos?. La desilusión fue rápida; el 7 siguió dependiendo de enlatados diplomáticos y de un presupuesto limitado que apenas compensaba una programación y un pauteo publicitario para nada competitivos. Fue beneficiado, es cierto, con su mudanza en 1974 desde el inadecuado rincón fundacional en el Ministerio de Educación al relativamente moderno local que el canal 9 había abandonado en santa Beatriz, el barrio de la televisión.

El 7 tuvo que administrar las noticias preparadas por el diario El peruano para el informativo homónimo (llamado luego Perú visión) y asimilar la tesis de Walter Meza Valera (autor de unos lineamientos teóricos para adecuar la reforma de la televisión y

responsable del ambicioso proyecto de Telescuela) ... y pelearse con los mandos de la Enrad (Empresa Nacional de radiodifusión) creada en diciembre de 1974 sobre la base de canal 7 y Radio Nacional. Antes de ello el 7 dependía de las oficinas de información del presidente y del primer ministro... La fundación de este ente fue consecuencia lógica del bulto de medios estatizados del que se había armado la reforma casi por accidente. A la Entel-Perú (Empresa Nacional de telecomunicaciones) creada en 1969 para controlar los teléfonos, la telegrafía, el correo y de paso la radio y televisión se la había hecho inmanejable el paquete de televisoras y radios nacionalizadas. De ahí que surgiera el Sinadi en marzo de 1974 y la Enrad en diciembre del mismo año, controlada por el primero y marcando límites no solo al 7 y a Radio Nacional sino también al Inte.

Por fin, cuando la atribulada burocracia vio un panorama más claro para poder emplear sus recursos acumulados en ficciones y humores de impacto popular, el 7 llegó en 1979 a ubicarse segundo en las preferencias del público, en medio del 5 y del 4, pero la televisión privada ya volvía por sus fueros comerciales y se impuso como consigna liquidar cualquier posible ventaja comparativa del primo estatal (Ibíd.: 169-176).

En 1981, el SINADI pasó a denominarse Sistema Nacional de Comunicación Social (SINACOSO) y paralelamente la OCI se convirtió en el Instituto Nacional de Comunicación Social (INACOMS). Ambas entidades pusieron en práctica un importante proyecto de televisión educativo-cultural e impulsaron el desarrollo de los sistemas de Radio Nacional y sus filiales. En junio de 1981, ENRAD-PERU asumió el manejo de CINE PERU y modificó su denominación pasando a llamarse Empresa de Cine, Radio y Televisión Peruana S.A. (RTP).

Telecentro fue una fusión confusa e incompleta, sesgada y artificial. La producción tenía un membrete único y en adelante todo programa llevó el logo de la nueva empresa, pero las ventas e ingresos publicitarios siguieron en cuentas separadas. Los enlatados y el fútbol fueron materia de discordia. Telecentro se gerenció desde el local del 5 pero el 4 tuvo en Nicanor Gonzáles el guardián de sus intereses competitivos, protestando por cada posible favoritismo, por cada partido de campeonato y por cada enlatado adjudicado al rival.

El golpe del general Francisco Morales Bermúdez, nuevo presidente de facto desde el 29 de agosto de 1975, despertó temores encontrados: los de la derecha empresarial que creían se recrudecería el parametraje y el control, y los de la izquierda que intuían lo que finalmente pasó, la ejecución de una transferencia de poder hacia la civilidad que, en el terreno de la televisión, implicaría necesariamente una apertura a los debates sin parámetros, a la competencia sin ambages y a los géneros de entretenimiento... Los medios siguieron controlados a través del Sinadi dirigido por César Vinatea, pero la devolución de la propiedad y el aliento competitivo se vislumbró claramente unas temporadas más tarde. Mientras tanto, líos de competencia entre Telecentro y la

Enrad, que poseía el 7 y quería controlar el 4 y el 5, animaron la escueta producción de entretenimiento.

Al canal 7 poco le importaban los sistemas. Siendo el único canal del Estado en cuerpo y alma, tenía que reservarse el privilegio del color antes de que la vuelta a la democracia liquidara sus ventajas. Aunque la importación de televisores a color seguía proscrita y la norma sin definirse, el 17 de enero de 1978, el show del vigésimo aniversario del canal fundador de la televisión peruana fue la primera transmisión a todo color producida localmente, en vivo, y de alcance nacional.

La devolución acabó con las ventajas comparativas de canal 7. No más privilegios tecnológicos, no más inhibición de la competencia entre el 4 y el 5, no más géneros proscritos y no más Empresa Nacional de radiodifusión (Enrad), esa entequeia que aceptaba y controlaba la radio y la televisión estatal. Desde fines de 1980 será Radio televisión peruana (RTP) y más recientemente Televisión nacional del Perú (TNP), división del Instituto Nacional de Radio y Televisión (IRTP), emparentada a Radio Nacional y dependiendo alternativamente de varios sectores –Transporte y Comunicaciones, Industria, Ministerio de la Presidencia- hasta ubicarse finalmente en el sector Educación. En 1980 se reabre pues para el 7 esta historia burocrática dependiente de cambios constantes de directorios con cargos políticos –rara vez profesionales-, presupuestos a cuentagotas y la imposible misión de cultivar a los peruanos y a la vez autofinanciarse mercantilmente (Ibid.: 185-200).

RTP se convirtió en una empresa estatal de derecho privado bajo la modalidad de sociedad anónima y recibió en transferencia al INACOMS, que se desactivó entre 1990 y 1991. El patrimonio, acervo documental y personal pasaron a pertenecer a la Presidencia del Consejo de Ministros. El 25 de agosto de 1991, RTP se constituyó en dependencia del Ministerio de Transporte, Comunicaciones, Vivienda y Construcción.

Con la finalidad de precisar y consolidar las metas y objetivos de Radio Nacional y Canal 7, el 09 de julio de 1996 se creó el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP- que asume el manejo de Canal 7, Radio Nacional y la desaparecida Radio La Crónica y pasa a depender del Ministerio de Educación.

En el año 2000, IRTP es promovido a formar parte del Ministerio de la Presidencia y pasa a denominarse TELEVISION NACIONAL DEL PERU –TNP-. A

partir de entonces durante cuatro años, este organismo ha orientado su programación, la difusión de contenidos culturales, educativos, informativos y de esparcimiento.

Debido a los vaivenes de los gobiernos de turno, Televisión Nacional del Perú ha cambiado de razón social, a partir del año 2004 se llama simplemente “TV-Perú”. Este cambio y los nuevos movimientos de posicionamiento del canal han sido irrelevantes, ya que no han hecho posible que la televisora renueve su imagen de “canal oficial” y se sienta verdaderamente de “todos los peruanos”. Canal 7 sigue estigmatizado como un medio oficialista, de poco rating y de poca calidad en su producción.

La infraestructura de la Televisión Nacional durante sus años de existencia fue adaptándose de alguna manera a las nuevas tecnologías y ampliando su red, no sólo fue la primera señal de televisión del país, también fue la primera cadena radiodifusora que hizo uso de la vía satélite y la primera que emitió su señal a colores. Tv-Perú actualmente cuenta con la red de radio y televisión más grande y con mayor cobertura del país.

TNP desarrolla sus actividades en todo el territorio nacional gracias a su señal algo debilitada de radio y televisión. La sede central del canal estatal está en la ciudad de Lima y cuenta con 20 filiales y 162 retransmisoras de televisión a nivel nacional, así como emisoras de radio en la ciudad de Lima (ejemplo, Radio Nacional) y seis filiales de radio a lo largo del Perú: Tumbes, Puerto Maldonado, Tacna, Iquitos, Puno y Ayacucho.

La infraestructura de la Televisión Nacional viene adaptando nuevas tecnologías y ampliando su red; no solo fue la primera señal de televisión que aparece en el país, sino que también fue la primera cadena radiodifusora que hizo uso de la vía satélite y el primero que emitió su señal a colores.

El IRTP (Instituto de Radio Televisión Peruana) actualmente cuenta con la red de radio y televisión más grande y con mayor cobertura del país, siendo un importante vehículo para llegar a todo el territorio nacional hasta los lugares más recónditos del país, llevando mensajes con contenidos educativos y culturales a toda la población.

Pero por el número de años transcurridos desde 1981 año en que se instaló la Red, sus equipos se encuentran en una situación de obsolescencia y desactualización tecnológica, requiriendo una renovación y modernización de su equipamiento e infraestructura, que permita a la radiodifusión del Estado integrarse al nuevo contexto globalizado de desarrollo del mundo, como los progresos de la tecnología de la información y comunicaciones, su internacionalización, y así como también al panorama mundial de los medios de comunicación en el mundo que contribuyen a afianzar la democracia y la libertad de expresión.

4.1.1 Cobertura nacional de la red de televisión estatal

Canal 7 cuenta con una Red Nacional de televisión conformada por veinte (20) Filiales (estaciones transmisoras) y ciento setenta y dos (172) Estaciones Retransmisoras en Provincias que cubren todo el territorio nacional y en la Sede Central

de Lima con un (01) Transmisor y una (01) Estación Terrena de propiedad del Ministerio de Educación – Programa Huascarán.

Oficialmente en la actualidad, las veinte (20) estaciones transmisoras de las Filiales se encuentran operativas y de las ciento setenta y dos (172) estaciones retransmisoras ciento cincuenta y uno (151) se encuentran operativas. Las nuevas estaciones retransmisoras fueron instaladas en los departamentos de la Libertad: Chao (Virú), Virú (Virú) y en Junín: Palcamayo (Tarma), Carhuamayo (Junín).

4.1.2 Señal de televisión

4.1.2.1 Transmisión local

Se inicia con la emisión de la señal desde los estudios de la sede central en Lima, la cual se envía mediante el Sistema Fijo de Enlace de microondas a la estación transmisora de televisión ubicada en el Morro Solar; esta estación cuenta con un Transmisor de 30 Kw, y antenas ubicadas en la torre auto soportada, desde allí se irradia la señal para cubrir Lima Metropolitana con la ayuda de las estaciones repetidoras ubicadas en los distritos de Comas y La Molina.

4.1.2.2 Transmisión nacional

La señal nace de los estudios de la sede central en Lima y se envía a través de la estación transmisora de televisión vía microondas hasta el INICTEL (Estación Terrena

del Ministerio de Educación), y de ahí a través del Transmisor de Satélite y la Antena Parabólica (equipos del Ministerio de Educación) se accede al Satélite Panamsat (PAS 1R), el cual retransmite la señal a todo el territorio nacional.

4.1.3 Recepción de la señal en provincia

Se realiza mediante estaciones TVRO que constan de una antena parabólica (miden: 3 metros o 7m.) y sus respectivos receptores satelitales, una vez recibida la señal es enviada al transmisor y luego al Sistema de Antenas para ser irradiada a la zona local.

4.2 El productor en el canal del Estado

Las diversas experiencias laborales del productor de televisión, son hechos particulares y aislados, que pertenecen a la idiosincrasia de cada medio. Cada canal de televisión tiene su forma de funcionar, sus reglas, sus problemas y sus prioridades. En definitiva, las condiciones de producción en TNP son diferentes a las de otro canal. El productor debe adaptarse a ello y salir adelante.

El poco personal calificado con que cuenta Televisión Nacional del Perú, da lugar a que el productor tenga mayor carga laboral de producción y se vea agobiado por las labores de grabación, edición, administración, coordinación, comercialización, promoción, iluminación, sonido, logística, entre otras funciones. En la práctica, el productor del canal estatal se encuentra bastante expuesto a las carencias de su entorno, debe cumplir con lo que se le designa y resolver todo tipo de inconvenientes.

El productor bajo el régimen laboral de contrato o llamado también productor de planta, se tiene que adecuar a las facilidades que le dan y comprender la atípica realidad de la televisora estatal. Por ejemplo, la intromisión informal de programas oficiales dentro de la programación establecida, la falta de respeto de los horarios programados al aire, la anulación sin aviso previo de programas, el desorden de los turnos de grabación y edición, las inexplicables fallas técnicas y operativas, el despojo de equipos de forma autoritaria, las contraórdenes y la incompetencia del personal. Sin lugar a dudas estos hechos perjudican el funcionamiento del canal, del programa y del equipo de trabajo. El productor de TNP debe saber eludir los problemas y de forma creativa darles solución.

Los productores foráneos que realizan coproducción con TNP tienen mayor estabilidad y libertad para desarrollarse y hacer sus producciones. Sus propuestas y conceptos audiovisuales se destacan gracias al apoyo incondicional de los directivos del canal. Los productores de fuera pueden hacer uso de las islas de edición y de las cámaras de video el tiempo que ellos crean conveniente, ya que se encuentran respaldados por “sendos convenios de coproducción”. Nadie los controla, sus reclamos son escuchados y solucionados de forma inmediata.

En un medio televisivo inestable como lo es Televisión Nacional, el productor de planta está obligado bajo las condiciones de su propio contrato, a cumplir una serie de responsabilidades que trascienden a su propia responsabilidad. El productor de Televisión Nacional debe laborar en función a los intereses del Canal, su permanencia laboral en la empresa dependerá de su competitividad profesional, su resistencia

emocional para lidiar con las órdenes, contraórdenes y censuras, y su disposición para soportar jornadas laborales más de las permitidas.

Para graficar esta relación algo difícil, podemos citar la periódica solicitud de materiales de producción por parte de los programas del canal. Los productores de cada programa llenaban un formulario llamado “PECOSA” (Pedidos – Compras - Salidas) con todas sus necesidades básicas, como: hojas, lapiceros, resaltadores, correctores, *masking tape*, sobres, goma, grapas, cuadernos, CD’s, cintas, repuestos, entre otros pedidos urgentes.

De toda la lista que presentada solo un 30% del pedido era resuelto. Si se pedía dos paquetes de hojas solo daban la mitad, de los diez lapiceros solicitados venían tres, y en el caso de las cintas, disketes y CD’s era grave, ya que nunca se podían conseguir. Lo único que venía siempre eran los sobres manila y los borradores para lápiz. En definitiva los útiles que daba el canal para sus producciones eran insuficientes, el tener un equipo numeroso de personas trabajando para un programa diario, implicaba necesidades y gastos.

4.2.1 Relaciones del productor con otras áreas

De forma diaria, el productor de *Planeta Deporte* tiene que supervisar la marcha correcta del trabajo de producción. Su jornada la empieza temprano acompañado de uno de sus asistentes, con aptitud positiva inicia su mañana con la verificación de sus dos turnos de mini móvil, el de las ocho de la mañana y el de las cuatro de la tarde, concreta

la coordinación de algún enlace vía microondas, la visita de alguna locación con todas las jefaturas implicadas, la coordinación de comisiones y entrevistas para el programa, atiende la visita de algún personaje, digita documentos, graba señal internacional o simplemente se pone a archivar material para liberar cintas. Por la tarde, el productor se encarga de verificar los turnos de edición, coordina la parte técnica y operativa para la transmisión, presiona a su personal para el cumplimiento de plazos en la entrega de notas, arma el programa y se prepara para la emisión. El día a día terminaba después de las once de la noche, pues luego de la emisión del programa se tiene una reunión de coordinación con todo el equipo, aquí se elaboraba el cuadro de comisiones del día siguiente y se evaluaba la jornada del día. Toda esta rutina era bastante estresante, cansada y demasiado absorbente.

Entre las áreas del canal estatal que por sus características están relacionadas de forma directa y cotidiana con el productor del programa *Planeta Deporte*, podemos mencionar las siguientes:

Área de producción: Los productores coordinan principalmente con esta área las autorizaciones para los turnos y facilidades para hacer el programa. Entre las coordinaciones solicitadas se tiene que tomar en cuenta: los turnos de mini móvil para los días de grabación en exteriores, los turnos de edición y post producción, los turnos de emisión y grabación en estudio; el transporte y la seguridad para las transmisiones; los turnos de enlace por microondas o satélite; las locaciones, pruebas y ensayos; la elaboración de gráficos, escenografía y decorados; la contratación de talentos y personal necesario; y la solución de problemas propios de la producción.

Los pedidos eran solicitados mediante memorándum dirigidos a esta área, cuanto más específico y detallista se era con el pedido, mayor era la probabilidad de ser atendido. La solicitud del productor era revisada por la jefatura y repartida a todas las áreas implicadas. Una vez coordinado los turnos, el productor interesado tenía que estar detrás de ellos, pues el oportunismo de los productores favorecido por los directivos del canal incitaba a la disputa, por llevarse los mejores equipos y al mejor personal.

La gran mayoría de los productores no considera significativo dentro de sus pedidos de turno, los tiempos de prueba o tiempos de preparación o *stan byte*. Es importante que los turnos de grabación o transmisión solicitados deban considerar un tiempo previo para que el personal de técnicos, de operaciones y de escenografía haga su trabajo, caliente equipos y monten lo necesario. Este tiempo que puede oscilar entre treinta minutos o una hora, servirá para preparar y alinear las cámaras, chequear los equipos, controles y los interfonos que comunican al camarógrafo con el control, se comprobará el funcionamiento de los soportes y el movimiento de la cámara, se prepararan los micrófonos, se medirán las luces del set, se agruparan las cintas para lanzar y se cargará la tituladora con los caracteres necesarios. Con respecto a la música, se hará una selección previa en el orden en que deben entrar. Estas pruebas servirán para prevenir desperfectos, sorpresas y sustituir o reparar las averías detectadas.

Llegado el momento de la verdad, todo debe estar dispuesto para que la conjugación de los elementos de la producción permitan la realización del producto televisivo según lo planeado. Para ello el productor debe estar concentrado y motivado, debe aplicar directrices, monitorear, adecuar, corregir, solucionar y ser capaz de ajustar el proceso en el mismo momento de la transmisión o grabación.

Los productores tenían la potestad de sugerir a esta jefatura la designación de determinado personal para los diferentes turnos, como era el caso del director de televisión, los camarógrafos y editores. También se podían presentar quejas, reclamos y sugerencias sobre el comportamiento del personal de planta, la programación y las promociones del programa.

Una instancia mayor a esta área era la gerencia de televisión y sobre esta, estaba la gerencia general, muchos productores sobre todo los independientes y recomendados, saltaban instancias y se iban a pedir o quejar a las jefaturas mayores, esto ocasionaba desorden y resentimiento entre las producciones.

Área de operaciones: Esta área era la más visitada por los productores, ella proporcionaba los equipos y al personal necesario para los turnos de grabación en estudio y en exteriores. Los camarógrafos y los profesionales de la iluminación y el sonido pertenecían a esta área, por tanto esta se constituía en un soporte vital para los intereses del programa.

El productor siempre estaba al pendiente del trabajo de sus reporteros, pues una anulación del turno de cámara a último momento o el simple hecho de salir tarde perjudicaba el compromiso de otras comisiones. El equipo de cobertura o de mini móvil estaba conformado por cuatro personas: un periodista que realiza las entrevistas y las presentaciones, un operador de cámara responsable del registro de la imagen y el sonido con una cámara de video portátil, un asistente de cámara encargado de ayudar al

camarógrafo en el registro, el transporte del trípode, el micrófono y los cables, y el chofer de la movilidad que transportaba al personal y los equipos durante todo el turno.

El camarógrafo tenía el trabajo más delicado, pues proporcionaba el material audiovisual que sería utilizado en la transmisión, o sea, la materia bruta. El camarógrafo debía conocer sobre la composición, operación y posibilidades de su equipo de grabación. Además tener criterio para la iluminación y sonido. No debía conformarse con registrar lo que le han dicho, el debía tener iniciativa para lograr tomas convenientes. En el caso de deportes, el camarógrafo asignado tenía que simpatizar con la temática deportiva. Su trabajo debía complementar y estar al nivel del interés informativo.

Siendo el productor el responsable de la calidad audiovisual del programa, este se preocupaba de las condiciones del material que traían los reporteros, por eso el productor advertía al camarógrafo sobre el tratamiento de la imagen, le daba recomendaciones muy específicas sobre planos, ángulos o movimientos que eran característicos del programa.

Área de Video Tape: El material grabado por los reporteros es llevado a una isla de edición asignada por turnos al programa, aquí se seleccionan los extractos más importantes, se intercala con la presentación en “*on*” del reportero y se matiza con su banda sonora en “*off*”, de esta forma se edita o arma una nota informativa. Los encargados de armar las notas y especiales, no deben perder de vista el aspecto noticioso del programa, el sentido informativo de sus ediciones y el criterio de veracidad de la información. Además, se debe tener presente la forma y el ritmo de la

edición para lograr unidad en todo el montaje del programa. Para ello la supervisión del productor es importante.

El responsable inmediato de edición de la nota es el reportero que realizó la comisión, el productor le facilitará una isla de edición, un editor idóneo y un tiempo determinado para que concrete el informe, reportaje, crónica, especial o nota.

En todo el proceso de edición el editor es el personaje clave, él se encarga de armar la nota siguiendo las indicaciones del responsable de la misma. El editor organiza las tomas y viste la estructura del informe, de él depende la variedad y la intensidad del material informativo que se mostrará en la emisión. Un buen editor tiene iniciativa, constantemente propone ideas, conoce los equipos de edición y es rápido en su trabajo.

Pensando siempre en tener el material completo, el productor deberá pedir las tomas necesarias, explicando al reportero y al camarógrafo las partes de la comisión que quiere levantar o resaltar. Por otro lado, las llamadas tomas de apoyo facilitan la edición y hacen que no se pierda tiempo. Estas recomendaciones las da el productor, el debe prever todo lo que sucederá antes, durante y después de su producción, debe tener presente que en televisión no debe haber casualidades todo debe estar coordinado para que suceda.

Video tape es un área muy sensible al avance de la tecnología, desde hace un buen tiempo el productor de *Planeta Deporte* afronta los nuevos retos del cambio, adaptando sus esquemas analógicos a la nueva tecnología digital. Este novedoso formato mejora el sistema de registro, producción, edición, transmisión y almacenamiento de la señal. La digitalización convierte la señal analógica en un

lenguaje binario a nivel informático. La ventaja principal que brinda esta tecnología, es la mejora de la calidad de imagen y sonido que ya no está sujeta a interferencias. Este avance tecnológico obliga al productor a estar al día y conocer lo básico de esta realidad, de esta forma poder sugerir, mejorar y corregir propuestas.

Área de técnica: La tecnología copa todo el medio televisivo, y determina su funcionamiento y desarrollo. El área técnica está presente en todo el proceso de producción, desde el funcionamiento de una cámara, la generación electrónica de la imagen y el sonido, la unión de secuencias y el envío de la señal. En el canal del Estado el área de técnica cuenta con un importante y avanzado soporte tecnológico que está repartido por todo el canal, entre las zonas más representativas están el control de emisión y los set o estudios de grabación.

El control es el espacio desde donde el productor junto al director de cámara y el personal técnico especializado controla el proceso de transmisión o grabación. Dentro del control podemos distinguir seis áreas claramente delimitadas por sus funciones: el área de grabación, que es el lugar desde el que se dirige el programa y que acoge al director de cámara, al productor, al asistente de producción y al mezclador de vídeo; el área de control de video, aquí se cuida la calidad de la señal de video y se dirige la iluminación; el área de control de audio, es el espacio que asegura el perfecto registro de sonido; el área de VTR, es la zona de grabadores, reproducción y edición de imágenes; el área del control maestro, es el centro de emisión por donde se trafican todos los programas enlatados o en vivo al aire; y el área de programación, se encargan del armado de las promociones y del material comercial.

El productor está relacionado con el área técnica constantemente, al estar en turno de grabación o edición puede solicitar el apoyo técnico para la solución de algún inconveniente, si está haciendo una locación para alguna transmisión los consejos técnicos son bienvenidos, si tiene la transmisión de un evento extraordinario la modulación adecuada de la señal por parte de los técnicos es gratificante y si la cobertura está a miles de kilómetros de la antena del canal la compañía de buenos técnicos para levantar la señal dará seguridad a la producción.

El punto de encuentro, donde se conjugan las capacidades del productor y los técnicos, es en los enlaces en directo, cuando la información debe ser transmitida vía microondas o por satélite desde el exterior al canal. Esta forma de transmisión se constituye en una prueba, dado que ambos profesionales se encuentran solos dependiendo uno del otro para el éxito de la transmisión.

El enlace microondas es una especie de red inalámbrica que utiliza las ondas electromagnéticas dentro de un rango de frecuencia determinado para la transmisión del audio y el video. Esta señal solo puede ser transmitida en línea recta y sin obstáculos desde un transmisor hacia un receptor. El equipo es portátil su antena tiene la apariencia de un plato. Las microondas pequeñas son livianas y pueden ser montadas en trípodes. Si se tiene conectada una cámara, esta señal será dirigida a la antena del canal para ser bajada. Si existiera algún inconveniente con la distancia o la línea de vista, la señal será enviada a alguno de los puntos donde habrá otra microondas, que generalmente está ubicada en el techo de algún edificio, desde este otro punto la señal es finalmente remitida hacia la antena del canal. También hay estaciones de microondas montadas en unidades móviles, equipadas con cámaras portátiles, trípodes, consolas de video y sonido, micrófonos y los VTR para lanzar y grabar, estas se constituyen en verdaderos

módulos de producción rodantes para cubrir en vivo y directo eventos deportivos, presentaciones musicales, desfiles, mítines, entre otros eventos. Las unidades móviles están dotadas de un sistema de comunicación que les permite coordinar con el canal y emitir en directo. El único elemento no independiente y que limita su total autosuficiencia es la necesidad de suministro eléctrico, por lo que deben conectarse a una fuente de energía o grupo electrógeno.

Otro de los eventos extraordinarios que hacen posible los técnicos, son los enlaces vía satélite, este sistema de transmisión es recomendable para lugares inaccesibles o bastante alejados donde no llega la señal de las ondas de radiofrecuencia, ni las redes especializadas de cable o telefonía. La longitud de onda de los satélites es potente y puede recorrer grandes distancias y atravesar obstáculos, como edificios y montañas. La señal es enviada al espacio y luego baja a la antena del canal.

Área de escenografía: Es necesario que el productor siempre esté pendiente de la escenografía del programa, cualquier cambio o la falta de algún elemento podría alterar el formato escenográfico, el diseño, la ubicación de la publicidad, y la distribución y selección de los elementos del decorado que visten el espacio y estructuran el set exclusivo del programa. La escenografía se ubica en uno de los estudios del canal y durante las horas de grabación o emisión se constituye en el espacio donde el productor y su equipo de producción demuestran su capacidad para sacar adelante su producción.

La escenografía es el espacio en donde van a situarse los decorados, los presentadores e invitados para ser registrados, su tamaño varía según el tipo de

programas. Un informativo o un programa de entrevistas pueden no necesitar más que un espacio del tamaño de una habitación, un programa de variedades con actuaciones musicales y público puede requerir de un gran estudio. El área de grabación consta básicamente de una serie de muebles, módulos o bloques que conforman la escenografía, una parrilla de iluminación en la parte del techo, un revestimiento aislante para la acústica, cámaras, micrófonos, cables y numerosos sistemas de conexiones para el equipo técnico. El productor debe tomar en cuenta que todos los escenarios televisivos se diseñan de acuerdo a los requerimientos del propio programa, es decir, las características conceptuales del espacio deben reflejarse escenográficamente.

Uno de los aspectos delicados que debe tomar en cuenta el productor, es la publicidad que se muestra en la escenografía. Los logos y maquetas siempre deberán estar presentes, en el lugar y orden establecido. En el caso de *Planeta Deporte* el programa tenía mucha publicidad, tanta que los detractores del programa lo comparaban con el exitoso programa *Trampolín a la Fama*. El espacio deportivo contaba con seis auspiciadores permanentes, cuyos logos se ubicaban detrás de los conductores y en la mesa de conducción. La conveniente ubicación de los logos y marcas era la preocupación diaria del productor. La orden era: los auspicios siempre deberían mostrarse para todos los tiros de cámara.

Planeta Deporte fue el primer programa deportivo en señal abierta que empleó la escenografía virtual en el Perú, esto más o menos por el año dos mil. Esta tecnología demandó de muchos cambios en el canal a nivel técnico y de producción. El uso de equipos y espacios para producir esta escenografía debían ser exclusivos, la percepción de este ambiente ya no era física, la realidad escenográfica ya no existía, ahora el

productor debía ver la escenografía a través de las cámaras del estudio o en el control del *switcher*. Los espacios, los colores, las texturas y las proporciones ahora eran virtuales.

El trabajo del productor con la escenografía virtual se ha simplificado. Ya no había que estar detrás del personal de montaje para que arme la escenografía o discutir con ellos sobre distancias y lugares. Ya no había que estar pendiente de los luminotécnicos, que por costumbre siempre se tomaban su tiempo en iluminar el set. Hasta el simple hecho de buscar al personal de limpieza ya era cosa del pasado. Con la escenografía virtual, todo aparecía listo e impecable. Las únicas preocupaciones del productor con respecto a la escenografía eran la colocación de la mesa y sillas de conducción, la presencia a tiempo de los presentadores, la ubicación de los micrófonos y la verificación de la calidad de la señal del video en el control.

Esta tecnología innovadora es el resultado de una síntesis entre la imagen real y la imagen generada por el ordenador. La creación de un set virtual implica la ausencia de un escenario físico, que es sustituido por un decorado generado por la computadora. Una buena escenografía virtual debe cumplir dos requisitos básicos: la acción debe incorporarse dentro de la imagen del entorno virtual (mediante el *croma-key*), y el entorno virtual debe actualizarse a tiempo real a la acción de la señal de cámara (a través del *tracking*).

En principio este efecto es una especie de “croma virtual”, su recreación se origina en una moderna computadora y se proyecta a través del conmutador de video. En el ambiente físico del set, se tienen dos cámaras programadas con la imagen virtual,

que cubren de forma cruzada a los conductores. A diferencia del “croma simple” el registro virtual hace que las cámaras realicen *travelling*, paneos, *dollys*, *zooming* y encuadres independientes, esto posibilita el desplazamiento de los conductores por toda la escenografía sin afectar la composición y la “perspectiva real” del televidente.

Planeta Deporte, tenía una escenografía bastante moderna y colorida, según el proyecto original, los presentadores del programa serían los pilotos de una nave espacial que viajan por el mundo de los deportes; esto se reforzaba con el video de presentación, que recordaba una escena de la película “Viaje a las estrellas”, donde una nave sortea una serie de obstáculos dentro de la base enemiga. El *collage* de imágenes deportivas que mostraba el video se fundía con los cuadros de la escenografía. El fondo musical y los tiros de cámara recreaban una apertura impactante para el programa.

La escenografía virtual de *Planeta Deporte* a lo largo del tiempo ha ido alterándose, para cada relanzamiento la producción proponía nuevas ideas a los creativos del canal. En primer lugar, se diseñaba bocetos de acuerdo a los criterios de la producción y las necesidades del programa. A continuación, los artistas informáticos preparan los esquemas en 3D y el diseño de la maqueta digital. Este sistema considera todas las opciones de la cámara, como el registro planos cortos, largos o generales y diversos ángulos. Finalmente, una vez que el set virtual está listo, se hacen las pruebas con los conductores y los efectos requeridos por la producción. El resultado es una escenografía innovadora y gráficos sofisticados.

Un aspecto a favor de la escenografía virtual es la reducción de los costos de la producción, no tanto por el ahorro en la construcción, la compra de decorados y

gigantografías, sino por el ahorro en la logística necesaria para llevar a cabo el montaje, desmontaje y almacenamiento de los elementos que conforman la escenografía.

Área de programación y promociones: Esta área se encarga de programar todo el contenido que emitirá el canal durante el tiempo de su emisión y promocionar los diferentes espacios televisivos que se ofrecen al televidente. La programación y promoción de contenidos están sujetas a estrategias y criterios de competencia entre los canales de televisión. Esto tienen que ver con dos aspectos importantes: mantener y conseguir mayor teleaudiencia.

Esta área arma la programación que el canal tendrá durante su jornada de transmisión diaria. La pauta o parrilla general de programación está sujeta a horarios determinados, se compone de bloques que contienen los diferentes programas y series, e incluyen y están separados por comerciales y promociones de la programación del canal.

En el canal del Estado existe una pauta de programación general, pero esta muchas veces es alterada por una programación paralela que responde a intereses políticos. El productor del espacio deportivo para armar su pauta de emisión y poder definir los tiempos y la cantidad de ediciones debe tomar en cuenta el tiempo del material comercial, la hora de inicio y término de los espacios que están antes y después de su programa, y tratar de averiguar si hay una programación especial que afecte gravemente la hora deportiva, como puede ser el término fuera de hora del noticiero o sus avances, los especiales del congreso o del palacio que pueden explayarse más de la cuenta o la transmisión de algún especial no previsto.

En el caso de *Planeta Deporte*, el espacio comercial programado que consume su tiempo de emisión es bastante excesivo. El tiempo aproximado dedicado a las ventas y a las relaciones comerciales que están dentro y fuera de sus bloques en forma de spots, auspicios, menciones, canjes o simples créditos, están entre los veinte a veinticinco minutos de toda su programación.

El no respeto a la pauta general de programación por parte del canal y la colocación de excesivo material comercial dentro del programa, terminan por romper la pauta del espacio deportivo y los esquemas de producción, en esos momentos lo único que interesa es correr, botar todo lo importante y si es posible despedirse.

Muchos son los profesionales que dan vida a un programa de televisión, en primer lugar tenemos al equipo de producción de *Planeta Deporte*, luego al personal operativo y técnico que se ocupa de la grabación, edición, enlaces y transmisión del programa; y por último están las diversas direcciones y jefaturas que se encargan de la administración, financiación, asesoría, transporte y seguridad del programa y del canal.

Dentro de estas áreas existen labores o funciones específicas, como son: los responsables de los gráficos que están estrechamente vinculados a la de producción, la zona de reparaciones de averías y almacenamiento de equipos donde se conservan los equipos de reserva, como cámaras, filtros, ópticas, micrófonos y los equipos portátiles; la zona de decoración y montaje donde se guarda las mesas y sillas de la conducción, los forros y los fondos; también están los responsables del vestuario y el maquillaje; los creativos y editores del área de promociones y programación, entre otros.

CAPÍTULO 5

LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DEPORTIVOS EN EL CANAL DEL ESTADO

El presente capítulo tendrá como propósito, describir el desarrollo de la producción de programas deportivos relacionados al fútbol en el canal del Estado y analizar las transformaciones que ha sufrido el formato deportivo, hasta la constitución de *Planeta Deporte* como programa deportivo principal.

5.1 Ovación

Uno de los primeros programas deportivos en el canal siete fue *Ovación*. Durante casi tres años hasta 1996, este espacio fue el programa bandera de Televisión Nacional del Perú. *Ovación* era una coproducción entre la productora *Ovación en el Deporte* de los hermanos Rospigliosi y el canal siete. Por aquellos tiempos *Ovación* era una empresa bien posesionada que ocupaba varios canales de difusión; *Ovación* era radio, prensa y televisión.

Bajo la conducción principal del fallecido periodista deportivo Micki Rospigliosi este espacio revolucionó la producción deportiva. El formato del registro, la edición y la post producción se hicieron más visuales. Se tuvo mayor presencia periodística y más incidencia en la cobertura. Las tribunas, los espectadores, los entrenamientos, la manera en que vivía un técnico el partido, las apuestas entre jugadores y los previos antes de los encuentros, fueron algunos conceptos en los que este programa innovó. Se mostró al

televidente lo que antes no podía ver; con ello se le hacía sentir que estaba realmente en un campo de fútbol. Con *Ovación* se empezó a enviar y captar corresponsales deportivos en las distintas provincias del Perú para la cobertura del fútbol profesional. Se iniciaron las transmisiones especiales de partidos internacionales, como fútbol español, alemán, argentino, mexicano, entre otros.

Ovación con Rospigliosi a la cabeza resultó siendo un espacio importante para el deporte nacional. El vínculo parental de éste con su padre, el reconocido periodista Alfonso Rospigliosi, y sus comienzos en el programa *Gigante Deportivo*, lo convertían en un referente importante para el tratamiento de la información deportiva. *Ovación* a diferencia de *Gigante Deportivo* no difundía todos los deportes, sino que desarrollaba la temática del fútbol como una propuesta relevante dentro de su programación.

La salida de *Ovación* del aire se debió principalmente a la posición crítica que adoptó el programa respecto a la mala situación del fútbol peruano. Para Rospigliosi los culpables eran los directivos de la Federación Peruana de Fútbol, dirigida por Nicolás Delfino, y el Estado peruano con su desacertada política deportiva. La irreconciliable posición de *Ovación* en contra de las entidades deportivas relacionadas al gobierno de turno, provocó su censura y salida definitiva del canal estatal. Posteriormente, fue reemplazado por *DXTV*.

5.2 DXTV

DXTV fue el primer programa deportivo producido por el canal del Estado, estuvo al aire desde el año 1996 hasta el 2000. Su posicionamiento como referente de

noticias deportivas y seriedad en la información lo diferenciaban de los otros espacios deportivos. Lo que más destacaba en *DXTV* era la cobertura que hacía del deporte amateur y la promoción de los nuevos talentos deportivos. *DXTV* tenía una hora de duración y se transmitía por la noche de lunes a viernes y los domingos. Por las mañanas se consideraba un bloque en vivo de cinco a ocho minutos dentro del noticiero que estaba a cargo de la producción de deportes.

En su primera etapa *DXTV* contaba con un equipo de producción de seis integrantes: el director y conductor principal del programa era el periodista Bruno Esposito, el productor de televisión Augusto Linares, el co conductor y reportero Vicente Cisneros, el coordinador periodístico Raúl Dávila, el periodista David Vargas y un asistente de producción. En la práctica era el director quien ejercía un dominio total sobre todo el programa. Su punto de vista e intereses para la cobertura deportiva no eran discutidos. Durante su vigencia en el canal del Estado, *DXTV* siempre ha presentado diversos problemas, pero los que más llaman la atención eran, el protagonismo verbal de los conductores ante las cámaras y los asuntos personales entre el director y el reportero principal Vicente Cisneros. Las transmisiones en vivo se entrampaban en una especie de “concurso del que más sabe”. En el “aire” era evidente el rechazo que ambos se tenían.

A comienzos de 1998, bajo la gerencia general del señor Carlos Vertiz, se propuso cambiar el formato de *DXTV*. La propuesta inicial era el relanzamiento del programa, y para que este cambio sea evidente la gestión de la producción tenía que ser alterada. La primera medida fue despedir al productor de televisión y convocar a otro. Esta gerencia se había planteado hacer del programa un espacio diferente, con mucha

información visual, bastante dinámica, mejor cobertura periodística y sobre todo, eliminar el protagonismo de los conductores. La propuesta del relanzamiento y la alteración general de las características del programa no fue aceptada por el director deportivo. Ante la negatividad al cambio, los problemas personales y la mala disposición para acatar las nuevas recomendaciones, Bruno Espósito fue despedido del canal y el programa sacado del aire.

La desaparición sorpresiva de *DXTV* provocó una crisis dentro y fuera del canal, sobre todo en algunos medios de prensa deportivos incondicionales del periodista Espósito, para ellos, *DXTV* era el mejor programa deportivo nacional y era injusto el atropello cometido en contra de un periodista de tanta trayectoria. Por varias semanas el canal y sobre todo su nuevo productor, fueron criticados y censurados.

5.3 Fútbol Internacional

Durante los últimos meses de vigencia de *DXTV* había una producción deportiva paralela llamada “Fútbol Internacional”. Para las transmisiones Internacionales Bruno Espósito no estaba en los planes de la nueva Gerencia de Televisión ni del Área de Comercialización, eran otros conductores que se mostraban en pantalla. Antes de los problemas suscitados con Espósito, el equipo de producción de deportes era el encargado de sacar adelante, tanto a *DXTV* como a “Fútbol Internacional”.

De forma momentánea “Fútbol Internacional” se programó en los horarios de *DXTV* en espera de la inauguración del nuevo espacio deportivo. Por ese entonces este programa se emitía uno o dos veces por semana siguiendo algunas fechas del Torneo

Profesional del Fútbol Español y los encuentros internacionales en donde participaban nuestros compatriotas. De esta manera “Fútbol Internacional” pasó a convertirse por un par de semanas en el programa deportivo principal del canal. El formato tuvo que cambiar y el contenido adaptarse a las nuevas circunstancias informativas. Por la periodicidad de los partidos se decidió que la conducción fuera rotativa; es por eso que durante toda la primera etapa de “Fútbol Internacional”, diferentes conductores fueron pasando por las pantallas de de TNP, muchos de ellos eran conocidos protagonistas del ambiente futbolístico.

En 1998 “Fútbol Internacional” inició las transmisiones de la Liga Española de Fútbol que TNP había comprado en exclusiva. El contrato hacía mención a los derechos sobre algunos partidos y equipos de la Liga. Las transmisiones serían todos los sábados y domingos durante casi once meses. La segunda etapa de “Fútbol Internacional” requirió de la formación de un equipo estable de conducción. Luis Puiggrós fue el primer candidato de peso, su profesionalismo en transmisiones internacionales hablaban por sí solas. El otro candidato era Eduardo Malásquez, su simpatía, juventud y experiencia como jugador avalaban su elección. El tercer candidato fue Mauricio Cortés, su conocimiento del fútbol, entusiasmo y simpatía ante las cámaras estaban a su favor. De esta forma el círculo se completó, Mauricio Cortés en la narración, Eduardo Malásquez en los comentarios y Lucho Puiggros en las estadísticas. Con este equipo también se transmitieron los primeros partidos de las eliminatorias Corea – Japón 2002.

Las reglas de juego entre el Canal y “Fútbol Internacional” estaban bien claras, la producción del programa elegía los partidos, el área comercial le daba visto bueno y la gerencia los aprobaba de forma inmediata. Prueba de ello fue la compra de los

derechos de transmisión en directo y en exclusiva, del encuentro Newcastle vs. Tottenham que disputaban la Semifinal de la Liga Inglesa. En el Newcastle jugaba nuestro compatriota Norberto Solano. Los resultados de la transmisión fueron excelentes. Las ganancias habían cuadruplicado la inversión. A pesar de que el partido fue a mitad de semana y transmitido por la tarde, se tuvo más de 25 puntos de rating. El entusiasmo mostrado por el tema futbolístico por parte de área comercial, se podía resumir en una frase: “invertir en fútbol es ganancia segura”. “Fútbol Internacional” sorprendía al televidente con partidos de la Liga Inglesa, Alemana, Española y hasta Torneos de fútbol mexicano, brasileño y argentino. En alguna oportunidad se tuvo hasta encuentros amistosos de selecciones mundialistas, disputados en Estados Unidos, Canadá y Japón.

Los partidos llegaban por satélite y se recepcionaban en la sala técnica del canal. Las coordinaciones se hacían directamente con la agencia dueña de los derechos en Florida.- Estados Unidos. Para la programación y coordinación de los partidos, el área de ventas enviaba a la producción una ficha técnica del encuentro, que incluía el código de encriptamiento satelital, los números telefónicos para la coordinación de las pruebas e imprevistos y algunos datos básicos sobre el partido.

5.4 En la Cancha

En la Cancha fue un programa deportivo experimental que pretendía suplir al fenecido DXTV. Además, sirvió para conocer las posibilidades de la producción y probar las condiciones de los conductores de “Fútbol Internacional”. Los convocados para esta experiencia fueron los periodistas Mauricio Cortés y Luis Puiggrós.

En un comienzo *En la Cancha* se emitía en vivo por las mañanas una vez por semana, luego se convirtió en un programa diario con repeticiones por las noches. Fue un espacio de media hora de duración. El tratamiento de la producción era innovador, tenía su propio estilo, dinámica y mayormente las locaciones para la conducción eran en exteriores. El enlace directo entre el canal y el punto de transmisión era a través de las microondas. Las pruebas técnicas se hacían con dos días de anticipación. La mayoría de programas de *En la Cancha* se emitían desde el Estadio Nacional o desde la VIDENA – Villa Deportiva Nacional–, ya que estas locaciones concentraban la mayor cantidad de Federaciones y Asociaciones Deportivas.

Los programas nocturnos de *En la Cancha*, se dedicaban mayormente al tema futbolístico y los programas de las mañanas a la cobertura del deporte amateur. Los tres bloques del espacio mostraban entrevistas, reportajes y participación activa de los conductores en los enlaces y desarrollo de los informes especiales; esto se constituía en la nota principal del programa⁵. El objetivo de *En la Cancha* era buscar la identificación del televidente de todas las edades con el deporte, para esto se valía de la simpatía de los conductores y la gracia que causaba su participación en las diferentes secuencias. El mensaje era “deporte para todos”. Lo más trabajoso para la producción era la coordinación diaria de las locaciones e invitados.

⁵ Los conductores de “En la Cancha” eran protagonistas activos en el desarrollo del programa. En la Federación de Boxeo, Puiggrós entrevistaba a los dirigentes y Mauricio Cortés en corto boxeaba con algún campeón nacional. En la Federación de Billar, los conductores se enfrentaron a los mejores billaristas nacionales. En la Federación de Tae Kwon Do, los presentadores vestidos con batas blancas y cinturones negros, simulaban combates con niños y adolescentes. En la transmisión de la Federación de Ajedrez, con más de cincuenta mesas instaladas en el exterior del Estadio Nacional, el Campeón de Ajedrez Julio Granda ganó rápidamente una simultánea a los dos conductores. En la Federación de Esgrima, Cortés se vistió con el uniforme completo de combate y protagonizó una lucha de florete con un campeón brasileño, Puiggrós complementó el programa con entrevistas y presentación de videos instructivos.

5.5 La Liga Española de Fútbol

Toda la Jornada de La Liga Española de Fútbol de 1998 fue transmitida en exclusiva por Televisión Nacional del Perú. Este Torneo era organizado por la Federación Profesional de Fútbol de la Primera División de España. Es conocido también como la “Liga de las Estrellas”, “Liga de Campeones” o simplemente “La Liga”. Históricamente –y por tradición– esta competencia ha reunido a muchos de los mejores futbolistas del mundo.

La señal de la “Liga Española” llegaba al canal vía satélite. La producción recibía un sobre con la clave del encriptamiento que contenía los parámetros satelitales, esta era verificada y resuelta por los técnicos del canal, ellos se encargaban de “bajar” la señal, hacer las pruebas respectivas de calidad de audio y video, y dar a la producción del programa el informe final de la situación de la señal.

La señal internacional previa al encuentro, mostraba el ingreso de los equipos al estadio, el calentamiento de los jugadores en la cancha, las reacciones de los hinchas, entrevistas y especiales turísticos de las ciudades de cada equipo. La señal venía con dos canales de audio, un ambiental con la algarabía del público y el otro con la narración del partido, este último servía de guía para la transmisión del encuentro. Durante el tiempo previo se confirmaba las alineaciones y las estadísticas de los equipos, se calibraban los insertos comerciales y créditos, se hacían los congelados o “*cover*” para caso de emergencia, se definía los tiros de cámara del set, se probaba la plantilla de iluminación y sonido, y se ensayaba la pauta general de emisión con todo el personal implicado.

En la escenografía de “Fútbol Español” destacaban, las gigantografías a colores de las estrellas del fútbol de la liga y una mesa de conducción de diseño vanguardista y exclusivo. Las transmisiones se hacían con tres cámaras, una para el plano genérico y dos para los planos cruzados. Los conductores del “Fútbol Español” eran Luis Puiggrós y Eduardo Malásquez. La narración de los partidos estaba a cargo de especialistas invitados que se iban rotando. Posteriormente Mauricio Cortés se hizo cargo de esta labor de forma permanente.

5.6 Eliminatorias Mundialistas Corea – Japón 2002

A pesar de las malas campañas y el bajo nivel del fútbol peruano, Televisión Nacional firmó un convenio de transmisión con la Telefónica, que obligaba a dar cobertura a toda la jornada mundialista de nuestra selección rumbo al mundial de Corea Japón.

La producción de las Eliminatorias Corea Japón 2002 se da inició el 28 de marzo del año 2000 con la primera fecha, y termina con la fecha dieciocho, un 14 de noviembre del año 2001, aproximadamente fueron 20 meses de fútbol que dieron como resultado la eliminación del equipo peruano. Por aquella época la mayoría de especialistas andaban impregnados por el ambiente mundialista, el análisis de la prensa especializada era: “después de las selecciones de Brasil y Argentina estaba la selección del Perú con su juego “bonito”. El director técnico colombiano Francisco Maturana, había llegado para sacar a nuestro fútbol de la crisis y clasificarnos al Mundial.

La producción general de las eliminatorias quedó a cargo del mismo equipo responsable de los espacios deportivos en el canal. Por su trascendencia, las transmisiones mundialistas generaban muchos intereses, alteraban la programación del canal y movilizaba numerosa logística y personal, sobre todo cuando nuestra selección jugaba de local. Es por estas razones, que se desarrollará algunos puntos importantes para entender la etapa mundialista de TNP.

5.6.1 Las condiciones de la emisión televisiva

La Compañía Telefónica había comprado todos los derechos de transmisión de las Eliminatorias Mundialistas Corea - Japón 2002 de esta parte del continente. Esta exclusividad le permitía condicionar y restringir la transmisión de los encuentros y las fechas. El trato con los medios interesados sólo sería por la emisión. Las televisoras pondrían su señal y Telefónica a cambio les facilitaba todos los encuentros de la etapa eliminatoria de esta parte del continente.

Las cláusulas impuestas por la dueña de la señal a los canales comprometidos o llamados también “Socios del Pool”, eran bastante drásticos y definitivos, ya que indicaba que los canales implicados no se debían “descolgar” de la señal en ningún momento, o sea, los canales suscritos al convenio de transmisión tenían la obligación de emitir de forma ininterrumpida la programación mundialista propuesta por Telefónica. Además, los “Socios del Pool” no podrían acceder a otra señal internacional ni considerar programación propia dentro de las horas de transmisión; asimismo se comprometían a respetar todo el paquete de avisaje comercial. En nuestro país ninguna

televisora ajena al Pool debía tomar la señal en directo, puesto que el canal infractor corría el riesgo de tener problemas judiciales con Telefónica.

El único beneficio para los medios interesados en tener las Eliminatorias en directo, sería “calentar sus pantallas” con la campaña de la selección peruana, ya que no había retribución económica. En pocas palabras, Telefónica daba la señal con todos los encuentros a cambio de hacer un despliegue impresionante de comerciales, promociones y auspicios que los canales del Pool estábamos en obligación de pasar durante los encuentros. Es por estas razones que se presentaban jornadas de seis, ocho o diez horas de fútbol al día de forma ininterrumpida.

5.6.2 El *pool* de la televisión peruana

El término “*Pool* de la Televisión” se remonta a estas Eliminatorias, pues los canales interesados formaban parte de un grupo cerrado y comprometido en una alianza estratégica, que obligaba a compartir responsabilidades en la transmisión de una señal común. El “*Pool* de la Televisión Peruana” estaba integrado por los canales de América, Panamericana, Televisión Nacional y Cable Mágico.

Para cada fecha se realizaban reuniones de coordinación; a estas asistían los productores generales de cada Canal y los técnicos responsables. Telefónica como dueña de la señal hacía la primera propuesta del cronograma de transmisión, ésta se discutía y se tenía que llegar a un acuerdo que contemplara los horarios, las fechas y las modalidades de la emisión de los partidos en directo y diferido. Los encuentros de Brasil, Argentina, Chile y Uruguay, que eran los candidatos fuertes para la clasificación

eran considerados en directo. Los partidos de nuestra selección también estaban dentro de este formato.

En cada jornada o fecha de las Eliminatorias se disputaban cinco encuentros, los países que compartían el Grupo Mundialista con Perú eran: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile, Ecuador, Bolivia, Colombia y Venezuela. En su mayoría los encuentros eran programados para sábados y domingos, solo algunas veces había transmisión entre semana.

Los productores del “*Pool*” discutían la propuesta de Telefónica, sobre todo cuando afectaba los intereses de la programación de cada Canal. América y Panamericana tenían como excusa sus novelas, películas y programación vendida. Cable Mágico no se hacía problemas, ya que tenía a Canal N como “vía adicional” para ordenar su programación, además contaba con Telefónica como su mayor auspiciador y dueña de su señal. Canal 7 no tenía demasiados problemas con su reducida programación comercial. Su único inconveniente era el noticiero central de las ocho de la noche, que podría cruzarse con la transmisión de las Eliminatorias. Las pautas generales acordadas por “el *pool*” luego de la reunión, desarrollaban en detalle todo lo que ocurriría durante los encuentros. (Ver Anexo 1)

5.6.3 La transmisión de las Eliminatorias Sudamericanas

De inicio a fin la transmisión de las Eliminatorias fecha por fecha era idéntica para todos los canales. La misma pauta, la misma cantidad de insertos y cortes comerciales, el mismo tiempo de comentarios, los mismos bloques y hasta los *graphics*

eran iguales. La señal se distribuía de la misma manera, sin condiciones ni preferencias. Esto funcionaba para todos los encuentros, sean directos o diferidos.

Hasta la tercera fecha de las Eliminatorias los canales resolvían las responsabilidades de producción, compartían sus equipos y personal, y se repartían las tareas. La transmisión de los partidos de la selección peruana de local, requerían de una logística extraordinaria y de un nivel de producción aceptable. Las quince cámaras solicitadas por Telefónica para la emisión internacional de los partidos del Perú eran cubiertas por los cuatro canales. De igual forma pasaba con las unidades móviles, las microondas, el personal técnico, y la realización de la post producción, los graphics, los comerciales y promociones. A partir de la cuarta fecha Telefónica comenzó a alquilar equipos del canal 4 y del 5 para las transmisiones. Estando en la fecha séptima la empresa de teléfonos formalizó una productora con el apoyo logístico y de producción de América TV. De esta forma América se convirtió en la “cabecera”⁶ oficial del “Pool” para todas las transmisiones.

Canal 4 bajaba la señal encriptada del satélite y generaba la señal de las microondas para todos los canales del “Pool”. Esta señal comprendía: audio internacional, audio de coordinación, imágenes del encuentro, y los insertos, presentaciones y despedida comercial. La rutina de transmisión siempre era la misma, el equipo de microondas de cada medio era instalado en el local de América dos horas antes de la transmisión para hacer las pruebas de enlace, y media hora antes del inicio del encuentro se afinaban los detalles de la emisión. Todos los canales debían engancharse al “Pool” al mismo tiempo. Por el audio de coordinación los productores

⁶ Lugar principal de emisión de la señal internacional del Pool. Este lugar se constituye en centro de las coordinaciones con los otros canales, y de la actividad de realización y producción. El productor general y su equipo principal se encuentra en la cabecera para la coordinación.

recibían las indicaciones de la dirección general del Pool, como los tiempos, el desarrollo de secuencias, las alteraciones de pauta, las posibles fallas satelitales y sobre todo las “llamadas de atención” que daba Telefónica, para controlar la intervención de los comentaristas y narradores⁷.

Luego de la reunión con Telefónica y definidas las pautas generales de los partidos, el siguiente paso para los productores era coordinar las facilidades en su propio canal, en cuanto a equipos, turnos y personal. La infraestructura de TNP para las transmisiones extraordinarias de las Eliminatorias era insuficiente, el “cuello de botella” lo ocasionaba la producción de deportes, ya que el uso de personal, equipos y turnos estaba al servicio del fútbol. Las Eliminatorias eran prioridad.

La producción de deportes era consciente de la situación provocada por el tema de las Eliminatorias, es por ello que para evitar cruces o problemas con otras producciones con la misma programación, proponía soluciones prácticas y alternativas para aliviar el caos por la falta de equipos. Una de las tantas alternativas sugeridas por la producción, fue acondicionar una de las unidades móviles como control maestro de emisión de las Eliminatorias y montar una escenografía provisional en el garaje del canal. De esta forma deportes se liberó de las presiones y reclamos de otras producciones. Lo anecdótico de este acondicionamiento fue la cantidad de cables de todos los colores, que cruzaban los pasillos y se acomodaban en las escaleras. La unidad móvil y el set improvisado se ubicaron en exteriores. Por ese tiempo corría mucho viento y se sentía el frío. Las largas caminatas, el subir y bajar las escaleras entre la

⁷ Telefónica controlaba los tiempos de intervención de los conductores, los insertos y auspicios debían ingresar de forma impecable y en el tiempo convenido por los anunciantes. Cualquier comentario debía ser interrumpido de forma inmediata por el inserto comercial del “Pool”. La comunicación con la cabecera de Telefónica era directa e inmediata, esta se hacía a través de un número telefónico privado o por la frecuencia especial de una radio.

Móvil, el Set, la isla de edición, el control y la oficina era una labor extenuante para el personal de deportes, además, de consumir mucho tiempo, a esto se debe agregar la poca comodidad que se tenía en el interior de unidad móvil, tantas horas de trabajo a puerta cerrada seguramente resultaba desesperante.

Cuando las jornadas de fútbol eran completamente desde el extranjero no había mucho problema, toda la producción se hacía dentro del canal. El trabajo se incrementaba cuando la selección peruana jugaba de local. Para estos partidos la producción era intensa, desde un día antes se realizaba la locación y las pruebas con los técnicos, los montajistas y el director de televisión responsable. La cabina de transmisión del Estadio asignada al canal debía estar en perfectas condiciones, luego de la instalación de los equipos y cableado se ubicaba a un agente de seguridad. El sector de la prensa televisiva se ubicaba en la parte más alta del Estadio, las cabinas eran pequeñas y se comunicaban por un angosto pasadizo, este trecho resultaba incomodo para el movimiento de la bulliciosa prensa nacional e internacional.

Luego de la confirmación de las transmisiones, se iniciaba la acreditación inmediata de todo el personal implicado. TNP acreditaba un promedio de 22 personas entre técnicos, reporteros y personal de producción. Para todas las fechas que jugara Perú de local, se enviaba fotos y copias de las credenciales de trabajo y DNI a Telefónica. Esta remitía las credenciales denominadas “Pool de Prensa de la Televisión Peruana”, acompañadas de boletos especiales para el ingreso.

La producción de cada medio recibía tres tipos de credenciales denominadas: Campo, Instalación y Prensa. Estos carnets facilitaban el movimiento dentro del

Estadio. Las dos primeras identificaciones eran para el personal técnico y de producción. El tercer tipo era para el movimiento de la Prensa que pertenecía al Pool, sea televisión, radio o medios escritos. La credencial de campo era distribuida entre los camarógrafos, asistentes de cámara, personal de la unidad móvil y reporteros, esta credencial permitía el movimiento en tribuna y cancha durante el encuentro. La credencial denominada instalación era para el personal técnico, como los ingenieros y los encargados de las microondas, ellos sólo se podían movilizar antes del partido para poner a punto sus equipos. Telefónica cuidaba mucho de la presentación e identificación de la prensa nacional, es por eso que diseño chalecos para todo el personal del “Pool”. Su uso era obligatorio, el productor de cada medio era el responsable y los tenía que devolver al término del encuentro.

Para las transmisiones el productor de televisión tenía que estar muy concentrado, muy atento y procurar no olvidar nada; sobre todo lo concerniente al tema de las facilidades para el personal a su cargo. Los refrigerios y la movilidad para los invitados, el equipo técnico y de producción. Todo debía estar considerado en el pedido de necesidades, este documento consideraba la distribución del personal, detalles de los horarios y las responsabilidades de cada personal.

La movilidad era un tema importante para la producción, ya que el movimiento entre el Canal y el Estadio era constante. La prioridad del productor era la transmisión, por tanto, la supervisión personal de toda la labor televisiva era necesaria. En el estadio supervisaba las instalaciones, la calidad del envío de la señal, los tiros de cámara, el audio, la iluminación y hacía ensayos con los equipos. En el Canal verificaba que todo estuviera en orden y a punto, sobre todo, la señal de audio y video del “Pool”, la calidad

de los insertos comerciales, la edición del material para cubrir las unilaterales y la situación de los conductores de planta. La orden de producción era, que cuarenta minutos antes de la transmisión todo este listo. Es por eso que el personal implicado era citado dos horas antes para ser repartidos en tres grupos, los que estarían en el interior del estadio, los que irían a la cabecera del 4 y los que se quedarían en el canal para la emisión.

Las solicitudes para las transmisiones consideraban diversos detalles técnicos y de producción. A medida que avanzaban las eliminatorias y las expectativas por la clasificación del equipo peruano, la realización se volvía más ambiciosa. En la última etapa de las eliminatorias, cuando la selección peruana estaba prácticamente eliminada y dependía de las probabilidades matemáticas para clasificar, jugó con la selección chilena de local. Para este encuentro TNP realizó una unilateral sin precedentes y algo exagerada que superó a los otros canales. Instaló cuatro equipos de microondas y utilizó hasta ocho cámaras para toda la cobertura. La primera microondas se ubicó en la cabecera de América Tv para el envío de la señal del “Pool” con los partidos de la jornada y el audio de coordinación, el segundo equipo se instaló en la torre del Estadio Nacional con dos cámaras que transmitirían la señal con los previos del partido Perú vs. Chile, la tercera microondas estuvo en la VIDENA de San Luís, con la señal de dos cámaras móviles que cubrirían la salida de nuestra selección rumbo al Estadio Nacional y el cuarto equipo tenía cuatro cámaras para dar la cobertura completa de la llegada de nuestra selección al Estadio.

En términos de cobertura la unilateral de TNP fue un éxito, por la cantidad de puntos de registro y despliegue informativo que tuvo la selección peruana a su paso. Los

puntos de transmisión eran, las afueras de la VIDENA y del Estadio Nacional, y dentro de la cabina de conducción del Estadio. Las cámaras que hacían el seguimiento a la selección estaban montadas en camionetas 4x4, ellas traían al canal el material del recorrido de la comitiva rumbo al Estadio, para emitirlo como si fuera un enlace en directo. La lentitud del bus de la selección por la calles de Lima, nos permitía tener el material a tiempo para ser lanzado de forma conveniente

5.6.4 La producción unilateral de TNP

“La cabecera” de transmisión se encontraba en el América TV, desde ese lugar se enviaba la señal internacional del Pool a la antena de TNP a través de un equipo de microondas. Cuando la selección peruana jugaba de local, se empleaba dos puntos de recepción, uno en la cabecera del 4 y otro en el Estadio Nacional. En algunas oportunidades el Estadio Monumental de Ate también fue sede de los partidos de la selección; para traer esta señal se utilizaba dos saltos de microondas adicionales, una en el Monumental y otro en el Morro Solar.

La señal unilateral consistía en el tiempo efectivo que tenían los canales, para realizar su propia producción. Estas unilaterales estaban pauteadas⁸ en el guión general de transmisión del “Pool”. Este espacio propio se realizaba entre partidos, al inicio de la transmisión, en el descanso y al final de cada encuentro. Como señal unilateral se consideraba la presentación en “*On*” de los conductores y la narración en “*Off*” de los encuentros. Esta era la única producción que nos diferenciaba entre los canales. Una de las condiciones impuestas por el dueño de la señal bajo pena de sanción era, respetar

⁸ Consideración secuencial en una pauta de todos los elementos audiovisuales que intervienen en la emisión de un programa televisivo

obligatoriamente los tiempos de las unilaterales. TNP cuando su programación lo exigía, utilizaba el tiempo de su unilateral para cumplir con los avances informativos de su noticiero central.

Canal 7 siempre realizaba “antesalas” para los partidos de nuestra selección que no estaban consideradas dentro de la pauta general. Las antesalas se ubicaban antes de la transmisión del “Pool”, se hacían para analizar la situación y oportunidades de nuestro equipo, se daban reportajes especiales, entrevistas, goles, encuestas, estadísticas y material internacional. Tenía presentación, cortes comerciales y su duración era de quince a treinta minutos. Esta producción servía para “enganchar” al televidente con la transmisión desde temprano. La pauta estaba llena de detalles e información, como horarios, locaciones, pedido de equipos y personal, entre otros, esta era repartida a todas las áreas implicadas (Ver Anexo 2).

Luego de las transmisiones del Pool, con todo el material de las Eliminatorias se preparaba un resumen que era utilizado por el noticiero y por el programa deportivo del canal. Esta señal era grabada “limpia” sin insertos comerciales. Para tener la señal de las conferencias de prensa que se producían luego de los partidos, se coordinaba con Telefónica para poder grabarlas. Cuando la transmisión duraba hasta muy tarde, el equipo de producción abandonaba las instalaciones del canal a las dos o tres de la madrugada, luego de preparar los avances informativos del día siguiente.

5.7 Futsal

El Futsal es la denominación que se da al fútbol sala o también llamado fútbol rápido, es parecido al popular fulbito pero con marcadas diferencias. Juegan dos equipos con cinco jugadores que rotan posiciones, la pelota y la cancha son más pequeñas, y los goles se hacen de cualquier parte. Por tanto el juego se hace más técnico, preciso, vistoso, espectacular y rápido.

La incursión del Futsal en el canal estatal se produce a fines de 1999, con el reconocimiento que hace la Federación Peruana de Fútbol (FPF) a la Comisión Nacional de Futsal, este hecho pone en marcha una serie de lineamientos por hacer del Fútbol Sala un deporte popular.

El Futsal tuvo a Deporcentro Casuarinas y a la Universidad Tecnológica del Perú (UTP) como principales patrocinadores, y a la Asociación Peruana de Futsal como ente garante de los eventos. El fútbol sala se transmitía los fines de semana por la tarde antes de Planeta Deporte de forma diferida, el evento se desarrollaba mayormente en las instalaciones de Deporcentro Casuarinas de la Molina, el conductor y comentarista principal era el empresario Gustavo Rubio, que en la práctica era el más entusiasta promotor e interesado por la masificación de este deporte.

Para la cobertura del evento se utilizaba una unidad móvil con tres o cuatro cámaras que enviaba la señal al canal a través de las microondas. La hora de duración del programa al igual que la transmisión del fútbol profesional, se componía de

resúmenes de la fecha anterior, la cobertura del partido principal, las tablas de posiciones y próxima fecha, y algunas entrevistas a jugadores y dirigentes.

Aprovechando la presencia mediática en pantallas, surgió otro programa dedicado al Futsal, pero a diferencia del anterior este tenía el auspicio del Instituto Peruano del Deporte (IPD), de la Federación peruana de Futsal y del propio canal, al denominar el torneo organizado “Copa Planeta Deporte”. El conductor y comentarista principal de este nuevo espacio, eran el director y el coordinador periodístico del programa deportivo. La “Copa Planeta Deporte” se realizaba en diferentes distritos de la capital y la transmisión de los partidos mayormente era en vivo.

Los inconvenientes más importantes con las transmisiones del Futsal tenía que ver con la publicidad no autorizada, debido a que las canchas de juego mostraban en todo su perímetro una serie de logos, marcas y propagandas que eran imposibles de sortear, y con la informalidad de la organización, motivada con la gran cantidad de equipos inscritos en las diferentes categorías.

El entusiasmo por el Futsal de parte del canal duró hasta inicios del 2001, la FIFA y la Asociación Mundial de Fútbol no llegaron a reconocerla como disciplina de alta competencia. Además, los pocos ingresos comerciales no ameritaban el desplazamiento de equipos y de personal, y la convocatoria de seguidores y público entusiasta no era muy numerosa.

CAPÍTULO 6

EL CASO DEL PROGRAMA “PLANETA DEPORTE”

Hasta mediados de 1995, la televisora del estado no contaba con un programa deportivo propio, pues el noticiero se encargaba de desarrollar las notas deportivas. En 1996 se crea el espacio deportivo denominado “DXTV” bajo la Producción General del periodista deportivo Bruno Espósito y en el año 2002 se establece el programa *Planeta Deporte* como principal espacio deportivo del canal.

La salida al aire de *Planeta Deporte* se produjo el 6 de diciembre del año 2000. Su horario era de lunes a viernes y domingos en la noche. El programa deportivo era producción del Canal y todo el personal que trabaja en su realización tenía la condición de contratado. El proyecto estuvo liderado inicialmente por el periodista deportivo Efraín Trelles, quien por ese entonces era asesor de la Presidencia del Directorio y primo hermano del Presidente del Directorio de IRTP, esta situación motivada por razones de parentesco creaba un ambiente de aparente favoritismo y “celos” de las otras producciones.

Al inicio *Planeta Deporte* recibió todo el apoyo logístico, operativo y técnico del canal. La concreción del proyecto tuvo muchas horas de planeación e inclusive un estudio de mercado para sustentar su posible preferencia. Se siguieron todos los pasos necesarios para su producción. Se convocó a casting para la conducción. Se diseñó y utilizó una escenografía muy innovadora. Se creó y probó las plantillas de iluminación y sonido. Se ensayó muchas veces la construcción de la pauta y emisión del programa.

El proyecto original del programa, concebía a *Planeta Deporte* como un espacio integral de información deportiva nacional e internacional, capaz de competir a nivel de preferencia con los demás espacios deportivos de los otros canales. La idea fuerza de la promoción inicial era: “La mejor cobertura nacional e internacional solo aquí en *Planeta Deporte*”, y la interpretación del nombre connotaba: “toda la información deportiva relevante del planeta”. Además, la política de la producción con respecto a la información era: “lo que no se tiene se consigue”.

Planeta Deporte fue un “mega programa”. Durante las primeras semanas al aire lideró el horario deportivo de la noche con la mejor cobertura informativa. Esto se podía confirmar por el contenido que nos diferenciaba de la competencia. *Planeta* era el único programa que tenía todos los goles de los seis partidos del fin de semana del fútbol profesional. Se tenía primicias e información relevante, se contaba con entrevistados de primer nivel y además se daba el lujo de apoyar a los programas de la competencia con material que solicitaran. El buen momento por el que pasaba el programa, era resaltada por algunos diarios de espectáculos, que se ocupaban de la vida personal de los conductores. Con todas las posibilidades técnicas, infraestructura adecuada, personal calificado y con la promesa de “apoyo incondicional” de parte de los directivos, *Planeta Deporte* pudo competir y mantener una tele audiencia cautiva.

La etapa más difícil que afrontó *Planeta Deporte* fue el año 2002, cuando el periodista Ernesto Hermosa y el fallecido poeta José Watanabe se desempeñaban como Gerente de Televisión y Presidente del Directorio respectivamente. Durante este periodo deportes fue considerado como una propuesta “no cultural” para el canal. El apoyo

recibido en un inicio desapareció y los turnos de edición y cámara fueron los más afectados. A *Planeta* solo le permitieron tener un turno diario de edición por corte.

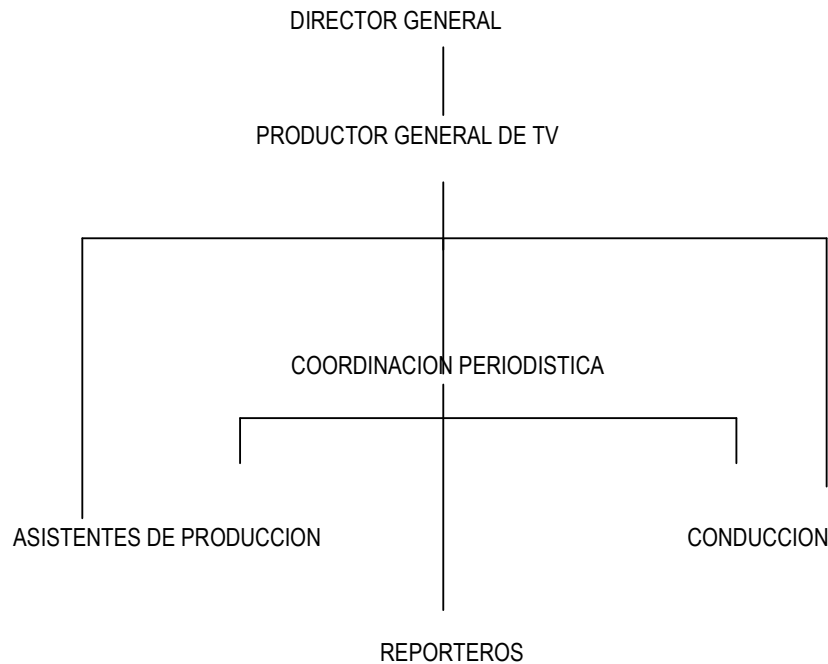
En esta etapa, el canal sobredimensionó la temática cultural. La programación estaba dedicada a espacios de filosofía, historia, arte, música clásica, obras de teatro y tertulias literarias, políticas y económicas. La mayoría de contenidos estaba dirigido a un público elitista de determinado nivel intelectual. La censura “cultural” provocó una especie de barrera, en donde todo lo que no era considerado culturoso, pasaba a formar parte de la “programación chatarra” o de poco interés intelectual.

El no ser considerado el espacio deportivo como “programa cultural” era discutible, pero el no tener las condiciones necesarias para el trabajo de producción y realización, generó inconvenientes y afectó la propuesta audiovisual que se dio al televidente.

6.1 Organización del programa

El buen funcionamiento de todo equipo de trabajo depende del orden interno instaurado. La labor del productor es establecer las “reglas de juego” y administrar la distribución de responsabilidades, horarios y descansos de forma conveniente. Si no se respetan y concluyen las tareas asignadas, la cobertura noticiosa y el propio programa se verán afectados. La efectividad laboral de cada integrante del equipo deportivo, es determinada por su “productividad y eficiencia”. Los cargos determinaban la posición jerárquica dentro del organigrama y establecían las actividades del personal. La organización del programa se establecía según el grado de responsabilidad de cada integrante.

Organigrama del programa Planeta Deporte



El director general de *Planeta Deporte* hasta los primeros días del mes de octubre del 2011, fue el periodista deportivo Mauricio Cortés, y el co-conductor fue hasta comienzos del 2009 el periodista Omar Ruiz de Somocursio. El equipo principal de producción que hacía posible la salida al aire del programa, estaba compuesto por nueve personas. Un Director que hacía las veces de conductor principal, un productor de televisión, un coordinador, dos asistentes de producción, un conductor secundario y tres reporteros. Además, se contaba con el apoyo de personal operativo y técnico del canal, para las emisiones diarias en vivo y transmisiones extraordinarias; como camarógrafos, luminotécnicos, sonidistas, responsables de microondas, electrónicos, escenógrafos, maquilladores, seguridad, transporte, coordinación, editor, entre otros.

El programa deportivo principal del canal siete es *Planeta Deporte*, este espacio nace como propuesta de “reingeniería”, cuyos objetivos eran renovar toda la producción deportiva hecha hasta 1998 en la televisora del Estado, ser un espacio democrático que de cobertura a todas las disciplinas deportivas a nivel nacional e internacional, tener la más completa información y competir con los programas deportivos de la señal abierta. El proyecto se realizó con anticipación, estuvo a cargo de especialistas y recibió todo el apoyo de parte de los directivos del canal.

Las ideas fuerza de *Planeta Deporte* fueron: liderar la sintonía deportiva de la programación nocturna, tener toda la información nacional e internacional completa, ser primero en primicias y exclusivas, y ser un referente periodístico serio y veraz. Desde un inicio el proyecto apostó para ser el mejor programa deportivo del país con contenido y formato diferente.

En su página de internet por su octavo aniversario, *Planeta Deporte* hace mención a lo siguiente:

Planeta Deportes se ha convertido en el único referente de la televisión abierta que brinda cabida a todas las disciplinas competitivas que se practican dentro y fuera de nuestro país. El compromiso que Planeta Deporte y TVPerú tienen con el deporte nacional se ha visto reflejado durante la transmisión de diversos eventos como Caminos del Inca, Juegos Panamericanos de Futsal, Juegos Deportivos Nacionales, Copa Forjando Campeones, Campeonato Inter Municipalidades de Fútbol, Veladas de Box, el Mundial de Surf de Máncora y el Campeonato Sudamérica Escolar en Montevideo-Uruguay... A diferencia de otros segmentos deportivos que tienen como eje principal al fútbol, "Planeta Deporte" se encarga de cubrir todas las disciplinas que se practican en

sus diversos niveles como; escolar, amateur, y profesionales. De esta manera informa, incentiva la práctica del deporte y lo más importantes pone en vitrina a los nuevos valores nacionales.⁹

6.2 Descripción del programa

Planeta no es el único programa de señal abierta que dice dedicar toda su programación a dar cobertura de todos los deportes; otros programas deportivos también dicen que lo hacen. Para *Planeta* lo nacional es el fútbol y lo internacional es también – mayormente– fútbol con matices de actividades de deporte extremo o aventureras, como motocross, automovilismo, escalada, parapente, fisiculturismo y patinaje. Es decir, material internacional de impacto que pueda atraer al público joven. Como todo programa depende de los intereses del canal para lograr buenos o relativos ingresos económicos. Por ejemplo, la carrera de autos “Caminos del Inca” es una vez al año, y su transmisión está supeditada a la cobertura económica y a la cantidad de auspiciadores. Igual ocurre con el Torneo de Tabla de Máncora. Los Juegos Panamericanos de Futsal, es un caso aparte que responde a intereses particulares, los cuales ven en el Futsal o fútbol de salón una alternativa de reemplazo al “gran fútbol” que se practica en espacios considerables. Los juegos Deportivos nacionales, el campeonato Inter Municipalidades, los eventos de Box, el Sudamericano Escolar, así como la Copa Davis del Tenis responden a intereses comerciales y políticos del gobierno de turno.

⁹ Correo del programa: planetadeporte. com

6.3 Actividad periodística

El programa contaba con dos turnos de mini móvil de siete horas cada uno, este se componía de una cámara, camarógrafo, camioneta y conductor. Como el acontecer noticioso no se detiene, los horarios del personal de prensa debían cubrir los acontecimientos del día. La producción organizó de la siguiente manera los turnos de los reporteros, el primero de nueve de la mañana a cuatro de la tarde y el segundo de tres a diez de la noche. El cruce de turnos permitía el relevo del camarógrafo fuera del canal. Este horario era perfecto, sobre todo cuando se cubrían los partidos de fútbol profesional, ya que estos empezaban mayormente a las cuatro, y había que estar por lo menos media hora antes para ganar el mejor lugar de registro en el estadio.

Los periodistas de *Planeta* tenían horarios establecidos dentro de la jornada de trabajo (siete a ocho horas), cada uno de ellos debía cubrir determinadas comisiones, hacer sus informes y preparar sus notas. Durante la semana el equipo deportivo tenía dos o tres reuniones de coordinación para escuchar inquietudes, solucionar problemas, corregir situaciones, mejorar la cobertura, proponer especiales y planear las comisiones.

Teniendo en cuenta que los reporteros son los que consiguen la materia prima del programa, la producción les tenía cierta consideración, en cuanto a facilidades para su trabajo, apoyo para terminar sus notas, descansos y permisos. Cada reportero tiene diferente modo de laborar y características particulares, esto se reflejaba en la forma de realizar sus comisiones, en el modo de abordar al entrevistado, en el tratamiento que le daba a su edición, en su iniciativa por investigar, en la redacción de sus informes y en su

responsabilidad para el programa. El tema de la calidad profesional era muy importante para la producción, ya que esta determinaba el grado de confiabilidad de los reporteros.

6.4 Equipo de producción del programa *Planeta Deporte*

EL DIRECTOR GENERAL: Mauricio Cortez, periodista deportivo.

Director de Planeta Deporte e

Impacto Deportivo de Radio Nacional.

Es la cabeza del grupo deportivo, es el que dirige, hace las modificaciones y asume todo el compromiso del contenido del programa. El director se encarga de dar la pauta y la orientación periodística. Tiene la responsabilidad de la línea editorial y del contenido del programa. En última instancia posee la potestad de censurar o confirmar, el material periodístico y audiovisual de la producción.

EL PRODUCTOR GENERAL DE TV: Freddy Figueroa

Productor de Planeta Deporte 1998 – 2003.

El productor de televisión es el que da la forma y carácter al programa, es el que interpreta la propuesta periodística y la hace televisiva. Es el que da la “presentación audiovisual” a la información. El productor de TV es el que administra el buen funcionamiento del programa, gestiona, da facilidades, organiza y tiene la iniciativa del “relanzamiento”. Dirige el trabajo del personal a su cargo y es el que suele presionar para el cumplimiento de las responsabilidades. A su cargo está toda la producción y realización final del programa. En la actualidad este cargo está fusionado

con la de director, por tanto, Mauricio Cortez junto con los asistentes de producción tienen toda la responsabilidad del espacio.

EL COORDINADOR PERIODISTICO: Ricardo Castillo

Coordinador del programa y

de Impacto Deportivo hasta el 1995 - 2005.

El coordinador periodístico es el responsable del contenido informativo. Su función dentro del programa es vital, ya que tiene que estar al día con todas las noticias deportivas relevantes y sobre todo tener primicias y proponer exclusivas. El Coordinador es el encargado de realizar el cuadro de comisiones diarias, monitorear el movimiento de los reporteros en la calle, y los asiste en sus necesidades y coordinaciones. El coordinador periodístico debe mantener el programa “bien informado”. Debe ser un periodista con experiencia deportiva, bastante hábil para conseguir y “crear noticias”. Es requisito de un coordinador bien informado, mantener un eficiente y actualizado banco de fuentes, que lo mantenga al tanto de todo el movimiento deportivo nacional e internacional. Actualmente, la coordinación de comisiones es rotativa entre los reporteros de *Planeta Deporte*.

LOS CONDUCTORES:

Mauricio Cortez (Conductor principal hasta octubre 2011)

Omar Ruiz de Somocursio (Conductor hasta febrero 2009)

Julio de Andrade Moura – Julinho (conductor abril a noviembre 2009)

Alex Rissi (Conductor 2010 hasta octubre 2011)

Robert Mallca (Conductor hasta octubre 2011)

Los conductores o presentadores son el rostro e imagen del programa. Son la carta de presentación del contenido. Lo que digan o dejen de decir afecta la credibilidad del programa. El conductor deberá conocer el tema deportivo, ser fácil de entender y poseer capacidad de improvisación (tener argumentos cognitivos y de personalidad para enfrentar situaciones imprevistas e irregulares, durante la transmisión o grabación de un programa). Durante la transmisión el conductor está sometido a una presión propia de la circunstancia, que requiere de parte de él una concentración y tranquilidad para resolver las diversas indicaciones (observaciones del coordinador de piso, órdenes del productor por los auriculares, lectura del teleprompter –*autoscript*-, etc). El conductor deberá ser la prolongación del programa, debe transmitir su filosofía y carácter. El presentador de televisión debe ser telegénico, agradable, atractivo y con buena presencia, para captar la atención y simpatía del televidente. En el caso de *Planeta Deporte*, los conductores son jóvenes, tienen apariencia deportiva, son atractivos, les gusta el tema deportivo y se muestran bastante dinámicos.

ASISTENTE DE PRODUCCIÓN:

Los asistentes de producción son la parte operativa del programa, ellos concretan los planes para la realización y apoyan el trabajo periodístico. Los asistentes cumplen diversas tareas, como búsqueda de información en los archivos, coordinación y confirmación de las entrevistas y comisiones, edición del material y asistencia diversa en las transmisiones extraordinarias. En *Planeta Deporte* existían niveles de confianza y responsabilidad dentro del grupo de Asistentes, en el caso de la producción, se contaba con un brazo derecho que apoyaba en la supervisión del trabajo.

REPORTEROS:

Los reporteros eran el equipo máspreciado de deportes. Sin ellos la información no existiría y el programa estaría falto de noticias. Los reporteros son los que consiguen la materia prima para hacer el programa. El tema periodístico es vital para un programa informativo como *Planeta Deporte*, a mayor cantidad de material, mayor será la variedad noticiosa. Sin lugar a dudas, los reporteros cumplen una labor destacada en la producción del programa. La abundancia de notas influye en el ánimo de la producción sobre todo si se tienen exclusivas y primicias.

CAMARÓGRAFO:

Los camarógrafos que cubren deportes deben ser especialistas de la composición y el registro. El camarógrafo deportivo debe ser rápido, estar siempre listo, poseer “olfato noticioso”, hacer los registros pensando en la edición, grabar encuadres variados y realizar una buena cantidad de tomas de apoyo. Además, los “registros estáticos” estaban prohibidos en *Planeta Deporte*, la llamada “cámara viva” era importante para la edición de los informes y una característica del programa.

TRANSPORTE:

La movilidad era un factor vital y básico para la concreción de las comisiones, sin la movilidad los reporteros ni la producción se podrían trasladar a las diferentes entrevistas y locaciones. Tanto la movilidad como el conductor asignado eran exclusivos. El chofer de deportes era de confianza, conocía la ciudad y sus recovecos,

era rápido, seguro, muy colaborador y lo más importante, su movilidad siempre estaba lista y en buenas condiciones para los imprevistos.

6.5 Características de los reporteros de *Planeta Deporte*

Pasemos a describir y analizar las cualidades profesionales de los reporteros de *Planeta Deporte*:

David Vargas Soldevilla

Dentro del ámbito deportivo es muy conocido y tiene muchos años de experiencia. En el 2004 fue reconocido por la Agremiación de Periodistas Deportivos como uno de sus fundadores. David Vargas Soldevilla labora en el Canal desde la época de DXTV. En este programa fue el periodista principal y participaba de todas las coberturas deportivas. Además de estar en televisión, Soldevilla trabajaba en el programa radial de Bruno Espósito.

Vargas, se calificaba a sí mismo como un periodista “de los de antes”. Egresado de la Universidad de Lima y renuente a los cambios tecnológicos. No simpatizaba con las computadoras y la Internet le era desconocida. Obstinado para aprender cosas nuevas y muy dependiente de los demás en asuntos tan simples como revisar sus notas y pautear sus informes en la reproductora. Conectar el micro para grabar su audio le resultaba muy complicado.

A pesar de trabajar para un medio televisivo del Estado y tener la prioridad de cobertura frente a la radio y los medios escritos, Vargas siempre esperaba el final de las conferencias y entrevistas para recién hacer sus preguntas. Al increparle por su forma de actuar, su respuesta siempre era: “tener la exclusividad es importante para el programa”. Sin embargo, no preguntaba nada exclusivo, sus preguntas eran las mismas que hacían otros colegas y los llamados “refritos” eran el común de sus informes. El no poner la cámara y el micrófono en el momento adecuado, ponía en riesgo el contenido del programa y la efectividad de las comisiones.

Un punto a favor de este reportero era su conocimiento y preferencia por el deporte amateur, sobre todo el deporte del interior del país. También era bueno en la narración de diferentes disciplinas, destacando en el fútbol, el vóley, el básquet y el boxeo.

Carlos De La Cruz

Desde sus inicios en *Planeta Deporte*, Carlos De la Cruz se mostró muy profesional y habilidoso para cumplir sus comisiones, sugería temas, investigaba, estaba informado y sobre todo conseguía primicias. De La Cruz se constituyó para el programa en un “buen sabueso”. Su especialidad era el fútbol.

Para la edición de sus notas De la Cruz no perdía mucho tiempo. Las traía pauteadas y con el audio grabado. Solo la edición de sus especiales resultaba algo tedioso, por la manera de realizarlos. Empleaba estadísticas, cuadros diversos, imágenes de archivo, información rebuscada y efectos diversos. O sea, complicaba las cosas

simples. Para un programa noticioso diario, el tiempo es un factor muy importante. La producción siempre le exigía cumplir con los plazos para la entrega de sus especiales. Se le recomendaba ser práctico y concreto, pero era testarudo y cerrado, además de polémico en la conducción del programa terminaba debatiendo con los invitados.

Robert Malca

Robert Malca era un reportero comprometido con su trabajo. La ventaja sobre sus compañeros de prensa era su habilidad para editar, esto le permitía no depender mucho de los editores. También destacaba en la conducción frente a cámara, su apariencia juvenil y facilidad de palabras lo hacían simpático y bastante televisivo.

Malca era el reportero más tratable. Cumplía la gran mayoría de comisiones y se esforzaba en preparar buenos informes. Además, aceptaba críticas y comentarios. Este reportero tenía iniciativa, era colaborador y cumplía los plazos previstos. En la actualidad Malca conduce junto a Mauricio, los programas de fin de semana de Planeta Deporte.

6.6 La problemática de producción en *Planeta Deporte*

La poca consideración al espacio deportivo dentro del canal estatal, por parte de los directivos y la falta de una política coherente a largo plazo con respecto al deporte, ocasiona que el productor y su equipo de trabajo subsistan con recursos básicos. En la práctica el productor debe buscar soluciones bastante imaginativas con pocos medios. La marginación del espacio es evidente, los mejores equipos y el personal más idóneo

siempre es designado a otros programas. A pesar de ser una producción del canal, tener numerosos auspiciadores y ser el espacio más visto dentro de la programación después del noticiero, el programa batalla solo dentro de su propia casa.

En la práctica el productor deportivo ganaba mucho menos que los demás productores del canal, se las ingeniaba para sacar adelante el programa. Al no tener un presupuesto para los imprevistos que den solución a asuntos menores, el productor de *Planeta Deporte* ha tenido que afrontar los problemas económicos que se presentaban en el camino, como la movilidad, llamadas telefónicas, fotocopias, materiales de oficina, alimentación, estadía, entre otros gastos inmediatos. Para el reembolso de lo invertido, el productor tenía que presentar minuciosamente facturas, recibos y *tickes*, o hacer tediosas declaraciones juradas. En el mejor de los casos, la devolución de este “préstamo” tenía que esperar por lo menos tres semanas. Solo los programas considerados como “recomendados u oficiosos” dentro del canal, gozaban de todo el apoyo económico, sin importar la justificación o su escaso *rating*.

El productor de *Planeta Deporte* siempre ha tratado de manejar los problemas laborales de forma interna. Solo los inconvenientes reiterativos y graves con el personal a su cargo, trascendían mediante informes o memos dirigidos a la División de Producción o a la Gerencia de Televisión. Según lo ameritase la falta.

En base a las facilidades de turno y equipos que daba el medio televisivo, la producción se encargaba de establecer un “cuadro de situaciones”. Ésta detallaba las ocupaciones y horarios de todo el equipo del programa. El equipo de producción

iniciaba sus labores a las cuatro de la tarde y terminaba a las once de la noche. Este horario semanal era relativo debido las transmisiones extraordinarias, grabaciones de material deportivo, compromisos y coordinaciones que se tenía que hacer durante todo el día, incluido los fines de semana. A diferencia el equipo de prensa, mantenía horarios establecidos en dos turnos en la mañana y en la tarde.

Para abordar el tema de la relación problemática del productor de *Planeta* con las otras áreas del canal, se debe partir de un asunto muy importante que se relaciona con el aspecto personal y profesional del productor, y su entorno. Podemos decir que, la habilidad esencial de un productor debe ser, saber rodearse de un buen equipo y saber trabajar en equipo. En definitiva, una sola persona no puede sacar adelante una transmisión.

Planeta Deporte siendo un programa de una hora de duración, demanda de parte del canal una serie de requerimientos que involucra personal, equipos técnicos y presupuesto. Al respecto podemos decir que, el programa tiene su propio *staf* de colaboradores, conformado por asistentes de producción, conductores, reporteros y coordinadores, todo encabezado por el director del programa y el productor. Este es el equipo base, el más identificado e interesado en sacar adelante el programa. Este grupo en la práctica, utiliza la logística y a los especialistas del canal para realizar el programa. Sobre este equipo de profesionales el productor tiene absoluto control, él les asigna sus responsabilidades y horarios.

En las siguientes líneas se detallará las dificultades de producción del programa deportivo *Planeta Deporte*, agrupando los conceptos en dos grupos denominados conflicto interno y conflicto externo, el primero consiste en el detalle de problemas

causados por el propio personal del programa y el segundo trata los problemas causados por el entorno del programa.

6.6.1 Conflictos internos en la producción del programa

6.6.1.1 La dirección del programa

Según el cuadro de funciones, es el productor quien comanda la concreción de todos los elementos audiovisuales y organiza el equipo de producción; y el director se encarga de dar la orientación periodística general y encabezar la dirección de todo el programa; sin embargo, se presentaban algunos malos entendidos o contraórdenes de último momento que incomodaban el normal funcionamiento del espacio deportivo..

El director se ausentaba en las reuniones de pre-producción y la incomunicación con el equipo de producción durante la etapa de edición y pauteo de notas, ocasionaba descoordinaciones. Sus directivas eran confusas, presionaba indebidamente y se preocupaba por problemas menores. Levantaba sanciones, anulaba comisiones, rotaba turnos sin motivo y permitía faltas injustificadas. Esto afectaba sensiblemente la producción del programa.

6.6.1.2 Los reporteros

Los reporteros estaban encasillados en sus plantillas informativas. La edición de sus informes era muy elemental, no poseían variedad en su estructura ni detalles. No había exclusivas ni primicias. Los reporteros se movían monitoreados por los intereses

particulares del Director, sin respetar el cuadro de comisiones establecido. El coordinador periodístico siempre estaba ausente y mostraba poco interés por lo que estaba sucediendo.

6.6.1.3 La coordinación periodística

El coordinador, Ricardo Castillo, llegaba tarde, no planeaba el cuadro de comisiones, siempre estaba desactualizado, descuidaba las promociones, abusaba del teléfono y realizaba coordinaciones personales. En la práctica, los reporteros hacían su propio itinerario periodístico y salían a ciegas a buscar la noticia. El poco compromiso demostrado por Castillo, mientras estuvo en el cargo, afectó definitivamente la producción del programa.

6.6.1.4 La mesa de conducción y la coordinación de la pauta final

La emisión diaria de *Planeta Deporte* casi siempre se veía alterada por incidentes de última hora. Éste tenía que ver con los conductores y la coordinación de su pauta final. Por irresponsabilidad de los presentadores, la coordinación de la emisión se hacía de forma rápida y estresada.

Los conductores del programa llegaban frecuentemente con el tiempo justo para maquillarse y sentarse en la mesa de conducción. La brevísima coordinación originaba malestar y una atropellada comunicación por “interno”, entre el director, el productor, los camarógrafos y el personal técnico. (Estaba establecido por la producción, que los conductores debían estar presentes por lo menos cuarenta minutos antes de la salida al

aire, para hacer coordinaciones de la emisión del programa entre el productor y todo el personal implicado).

Además de las tardanzas de la mesa de conducción, otra situación atentaba contra la labor del responsable de la producción, eran las contraórdenes y las sorpresas del director del programa; éste siempre alteraba el guión a último momento, con invitados, enlaces telefónicos, imágenes de archivos, notas antiguas, repetición de especiales, entre otros pedidos. La mayoría de estos asuntos eran temas de menor importancia.

Frente a esta insostenible situación, la producción propuso dos medidas para solucionar esta problemática:

–La primera fue el respeto irrestricto de la pauta (Ver Anexo 3), salvo la aparición de primicias, exclusivas o notas importantes, previamente coordinadas con la producción antes de la emisión del programa. La información que se sucediera durante la transmisión era evaluada por la producción y el equipo periodístico, y

–La segunda, la elaboración de carpetas con toda la información que se iba a emplear en la transmisión. Este material era dejado en la recepción del canal para cada conductor. Con estas medidas se propuso ganar a la informalidad con orden y tiempo.

Las carpetas contenían, la pauta general, los guiones de cada presentación, el detalle de la información nacional o internacional, resúmenes de las declaraciones, la descripción de los videos y publicaciones diversas, como periódicos y revistas. Esto

recargaba el trabajo de producción, pero era una solución conveniente y necesaria. Una de las reglas para tener una buena emisión era evitar el desorden, debido a que las reiteradas indicaciones al aire desorientaban y ponían en riesgo la fluidez del programa.

6.6.1.5 La publicidad gratuita y el cuadro de comisiones

Se sabe que los cambios al cuadro de comisiones de último momento son potestad del director; sólo él puede alterar las prioridades informativas. No obstante, llamaba poderosamente la atención las consideraciones que éste tenía con ciertos equipos de fútbol, disciplinas deportivas, academias, colegios, autoservicios, restaurantes, torneos o eventos. Por ejemplo, no era comprensible el cambio de cobertura de la premiación en la Federación de Atletismo, por la colocación de lunas polarizadas al carro de un televidente ganador de un premio; tampoco se podía concebir, el cambio de comisión de la Segunda División de Fútbol por la grabación de un banquete en un restaurante capitalino, ni el reemplazo de la entrevista al campeón juvenil de ajedrez por la inauguración de una academia particular. O la anulación de la grabación del fútbol profesional por la clausura del año escolar de algún colegio primario. Esto hacía sospechar que el director, en complicidad con la coordinación periodística, se beneficiaba con esta publicidad gratuita, menoscabando la neutralidad informativa que exigía el programa.

De igual forma ocurría con los conductores. En pleno programa se felicitaban por aniversarios e inauguraciones, se regalaban premios, se ofrecían servicios e invitaciones, se hacían saludos a academias, colegios, institutos, universidades, entre

otros. Al parecer los conductores se beneficiaban también por cada cosa que decían o hacían ante cámaras.

Estaba normado por el canal, que todas las menciones comerciales que se hicieran al aire debían estar autorizadas por la Gerencia General y la Gerencia de Comercialización, y justificadas debidamente por la producción de cada programa. Las consecuencias de no acatar los reglamentos, perjudicaban directamente a los productores.

Las advertencias y ultimátum llegaban a través de memorándum, que a la letra decía: “el avisaje injustificado será descontado de los haberes del productor, se tiene plazo de veinticuatro horas para regularizar la parte comercial, sino se procederá al descuento inmediato”. Con esta amenaza, el temor de los productores para no transgredir las normas “era pan de cada día”.

La utilización de los equipos de registro y edición para otras labores que no eran las del propio programa, finalmente, provocaba el empobrecimiento del contenido del espacio.

6.6.1.6 Las recomendaciones

Las cualidades profesionales de competitividad, responsabilidad e iniciativa, son características que todo comunicador y periodista deben tener. Ser competente es destacar profesionalmente, ser responsable es tener vocación de servicio, y tener iniciativa significa aportar y estar siempre motivado para hacer el mejor programa.

Lamentablemente el director del programa permitía el ingreso al programa de personal que no cumplía con su trabajo.

Así, el responsable de la jefatura periodística y el sobrino del director de *Planeta Deporte*, que ingresaron por recomendación, no ejercían a cabalidad sus funciones. En el primer caso, no había una real preocupación del contenido de programa y su permanencia en el canal la utilizaba para hacer coordinaciones particulares. En el segundo caso, era notoria su falta de experiencia y su falta de disposición por el trabajo de campo.

Para resumir, *Planeta Deporte* ha tenido durante sus cinco primeros años cuatro relanzamientos. En todos los casos la producción audiovisual se renovó y mostró nuevas presentaciones, cuñas, pases, cortes, escenografía, música, secuencias y hasta se cambió el look de los conductores, pero estos cambios no afectaban el contenido noticioso ya que arrastraba dificultades evidentes de producción que atentaban contra el programa. La envoltura se volvía más impactante, pero el interior seguía siendo el mismo.

6.6.2 Conflictos externos en la producción del programa

6.6.2.1 La renovación de cintas

La mala calidad y el uso prolongado de las cintas de video ocasionan desgaste, estiramiento, suciedad, bloqueo y deterioro. Esto perjudica tremendamente el trabajo de la producción. Es muy desagradable para los televidentes ver en las pantallas de su televisor, grotescas fallas de video o audio perjudicando la calidad de un programa televisivo.

En el caso de *Planeta Deporte*, a pesar de los reiterados problemas al aire: el defectuoso registro, el inconveniente archivo del material, el atascamiento de las cintas en las editoras, la suciedad de los cabezales de las cámaras y las “famosas rayas” en las comisiones, los directivos del Canal no consideraban importante la renovación de las cintas asignado a los programas.

Planeta Deporte tiene un promedio de 45 cintas *Betacam* de 30 minutos y 10 cintas *Betacam* de una hora, distribuidas para la emisión, la producción y el archivo. La mayoría de las cintas tienen dos a tres años de antigüedad y casi todas están rayadas. Siempre el programa ha solicitado la renovación de las cintas; sobre todo las usadas para las comisiones y la emisión, pero las gestiones y papeleos no prosperan. El año 2003 el Canal compró un lote numeroso de cintas, de una marca desconocida. Se presume que eran cintas baratas, ya que a las semanas de su uso fueron descartadas por problemas de calidad. Las cintas hacían un mal registro y se estropeaban dentro de las máquinas de edición y cámaras de video.

Ante esta situación, la producción de *Planeta* se preocupaba en revisar el estado de cada una de sus cintas, y según la gravedad, se las volvía a usar o se les daba de “baja”. Los tapes reprogramados por la producción tenían una serie de indicaciones, que debían ser tomadas muy en cuenta por los camarógrafos y editores; como, el año de origen, la gravedad de su estado y los espacios de grabación indicados por tiempos, tanto al inicio como el final.

Hace algunos años, existía en el área de Videoteca una máquina que escaneaba las cintas y producía un reporte exacto de su estado, lamentablemente este equipo se malogró y nunca se reparó.

6.6.2.2 Desplazamiento del personal periodístico

La movilidad para los turnos de cámara en las transmisiones es importante. Sin transporte, la concreción de las comisiones, el traslado de equipos y personal, y demás coordinaciones sería imposible.

Planeta Deporte contaba con turno de transporte de lunes a domingo, desde las nueve de la mañana hasta las diez de la noche. El mayor problema se presentaba los fines de semana, ya que los domingos *Planeta Deporte* recibía a través de la señal de las microondas los partidos del campeonato profesional de fútbol jugados en provincia. El problema de los fines de semana no era por recepción de la señal, sino que se originaban por la falta de movilidad para los técnicos de las microondas. El área técnica no contaba con camionetas para movilizar al personal que recepcionaría la señal de provincia.

La producción de deportes tenía que dar solución a este impase, pues el material de los partidos de provincia era importante e indispensable para el programa especial de los domingos. La única opción fue alterar las comisiones dominicales para aliviar el uso de la movilidad¹⁰. A una hora determinada la camioneta asignada a deportes debía llevar

¹⁰ Para las transmisiones de fútbol, el productor de televisión tiene que estar muy concentrado, muy atento y procurar no olvidar nada. Los refrigerios y la movilidad para los invitados, el equipo técnico y de producción, deben estar previstos. Todo debe estar considerado en el pedido de necesidades, este documento consideraba la distribución del personal, detalles de los horarios y las responsabilidades de cada personal.

La movilidad es un tema importante para la producción, ya que el movimiento entre el Canal y el Estadio es constante. La prioridad del productor es la transmisión, por tanto, la supervisión personal de toda la labor televisiva es necesaria. En el estadio, productor supervisa las instalaciones, la calidad del envío de la

y traer al personal de técnicos. La ruta y el horario siempre eran los mismos, de las instalaciones del Canal en Santa Beatriz a la base de Telefónica en el jirón Washington del Centro de Lima.

Esta solución no resultó práctica para el tema periodístico, ya que los reporteros debían esperar el retorno de la camioneta o estar al tanto de su rutina para iniciar, completar o terminar sus comisiones. Para evitar esta situación de cruces, el productor en muchas ocasiones ha tenido que solventar la movilidad de los técnicos, pues la recepción de la señal no podía esperar, ni perderse. El contrato con Telefónica establecía, que si el interesado no estaba para recibir la señal, ésta se perdería con una penalidad económica, sin derecho al reclamo.

6.6.2.3 La edición del programa *Planeta Deporte*

En un principio *Planeta Deporte* contaba con dos turnos de edición por corte diarios, cuatro turnos de post producción a la semana y tres editores exclusivos. Estas consideraciones beneficiaban la realización del espacio e hizo posible que se cumplieran todas las expectativas propuestas en el proyecto inicial. Pero al producirse el cambio de los directivos del canal, la política con respecto al tema deportivo se alteró drásticamente, y el apoyo y facilidades se fueron cortando poco a poco.

señal, los tiros de cámara, el audio, la iluminación y hace ensayos con los equipos. En el Canal verifica que todo esté en orden y a punto, sobre todo, la señal de audio y video, la calidad de los insertos comerciales, la edición del material para cubrir las unilaterales y la situación de los conductores de planta. La orden de producción era, en el caso de *Planeta Deporte*, que cuarenta minutos antes de la transmisión todo esté listo. Es por eso que el personal implicado era citado dos horas antes para ser repartidos en tres grupos: los que iban a estar en el interior del estadio, los que iban a la cabecera del 4 y los que se quedarían en el canal para la emisión.

El espacio deportivo nunca ha tenido editores especializados. Un programa periodístico como *Planeta* necesita editores exclusivos con habilidades en diseño gráfico, animación, efectos especiales de composición, *storyboard*, diseño de sonido, producción musical, corrección de color, diseño interactivo en video y fotos, titulación, animación e ilustración. Además que simpaticen con los deportes, tengan criterio, iniciativa y creatividad. El no contar con un personal especializado ocasiona retraso en la preparación del material y dependencia en el trabajo de la propia edición.

El único editor asignado a deportes de forma permanente tenía conocimientos limitados de la edición. Era una persona bastante dispersa que desaparecía cuando más se le necesitaba. Si el editor salía de vacaciones, se enfermaba o simplemente se ausentaba, no era reemplazado por ningún otro personal del Canal. Su ausencia complicaba y recargaba el trabajo de la producción. A pesar de la necesidad de editores competentes y las protestas de la producción, el editor en mención no era removido ni sancionado por ser personal estable del canal.

Al no haber solución a este problema, la producción asumió la preparación de los asistentes y reporteros en el tema de la edición, y como en muchos casos sucede algunos aprenden y otros no. Al final, el programa contaba en la práctica con cinco editores.

6.6.2.4 La situación del *Planeta Deporte* dentro de la programación del canal

Planeta Deporte a pesar de estar dentro del horario estelar, no era bien considerado en la programación del canal. El tiempo de transmisión en vivo de *Planeta*,

se encontraba muy apretado, los bloques comerciales y de promoción eran excesivos, el noticiero central y los avances de Palacio y del Congreso terminaban fuera de hora. Prácticamente se quería usar el espacio deportivo, para “cuadrar y reorientar la programación” deshecha por el noticiero.

El material que venía de Palacio de Gobierno con un mensaje del Jefe de Estado, afectaba la programación de *Planeta Deporte*. En plena emisión, de forma imprevista y autoritaria, se “levantaba” del aire el programa, o en el mejor de los casos, se avisaba a la producción algunos minutos antes. Nadie en el canal tenía la información precisa sobre la duración del material de Palacio. Lo único que se sabía era que éste había sido editado en el módulo de la “casa de Pizarro” y entregado directamente por un funcionario. La orden era “lanzar inmediatamente el material al aire”. La programación de TNP, y de *Planeta Deporte* por supuesto, se acomodaba a las necesidades del gobierno.

En ese sentido, se recortaba, se movía y se levantaba programas con bastante facilidad y sin ninguna explicación. Cuando se alteraba la programación general del canal, el noticiero *Confirmado* y sus avances eran los únicos espacios que permanecían inalterables y hasta se les permitía pasarse de tiempo. Curiosamente la política del Canal en cuanto a su programación era, que todo programa se inicie y termine a su hora. Lamentablemente esto era relativo, ya que la propia jefatura de producción de éste no lo ponía en práctica.

6.6.2.5 Personal estable

Durante el periodo que motiva esta investigación (1998-2003), el personal estable o nombrado era un grupo minoritario con relación al personal contratado, pasaban los 50 años, se distribuía en áreas intermedias de responsabilidad, desempeñaban cargos operativos, administrativos y de seguridad, y se ubicaban en puestos claves y estratégicos dentro de la institución.

La mayoría del personal estable que se relacionaban con la producción del programa, laboraban en el área de video tape y técnica. Su trabajo más que aportar, resultaba siendo un elemento que retrasaba y distraía el buen accionar del programa. Algunos no desempeñaban adecuadamente su labor, eran inseguros e irresponsables y se mantenían en el canal solo por el hecho de tener la condición de estables.

6.6.2.6 El elemento comercial en *Planeta Deporte*

Los expertos que se encargan de las ventas en el canal estatal laboran en el área de comercialización, los encargados de la realización audiovisual se encuentran en el área de promociones y programación, y el área de producción vigila el desarrollo del convenio. Pero, para el programa de *Planeta Deporte* el tema comercial funcionaba de forma diferente, ya que, de forma irregular las órdenes, promociones y convenios, eran remitidos a la propia producción deportiva para que esta le diera solución.

Esta anormal situación tenía dos posibles explicaciones: el área de ventas creía que *Planeta Deporte* era un programa independiente que debía encargarse de realizar

sus propios comerciales, o pasaba que la gente de promociones no eran capaces de realizar buenos trabajos. Se puede mencionar además que el personal de *Planeta Deporte* colabora con parte de la producción comercial, pero no puede responsabilizarse completamente de este asunto. Deporte no cuenta con turnos ni personal exclusivo que se ocupe de estos menesteres.

Las razones por las que la producción del programa no debe encargarse del asunto comercial, son las siguientes:

Primero, no cuenta con el personal suficiente para coordinar la plantilla y hacer el seguimiento comercial del número de insertos, auspicios y bloques.

Segundo, no tiene los turnos de post producción suficientes, ni los editores capacitados, además, no cuenta con realizadores competentes para hacer la producción comercial.

Tercero, el programa no puede ser responsable de la emisión de comerciales en las transmisiones extraordinarias.

Cuarto, no puede decidir en una transmisión en directo sobre formatos y tiempos de auspicios comerciales. El área comercial maneja un tarifario de ventas y tiene formatos para la realización de comerciales, que seguramente es coordinado directamente con el área de Promociones y Programación.

Quinto, toda transmisión en televisión tiene un costo, es por eso que cuanto mayor sea la cantidad de auspiciadores, el margen de ganancias es superior y la inversión se recupera rápidamente.

Definitivamente la venta de los espacios en una transmisión extraordinaria no se debe cerrar hasta el último minuto.

Planeta Deporte es una producción del canal y no le corresponde resolver asuntos comerciales de su propia programación, para eso están las áreas correspondientes.

Sexto, el área de Programación y Promociones es la que debe hacer el trabajo de la realización y emisión comercial. Ellos manejan tiempos, tamaños, colores, diseños, formas, etc. En esencia son los creativos del Canal, tienen facilidades técnicas, logísticas y de personal. El equipo de deportes no puede tener otras responsabilidades adicionales a su trabajo periodístico y de transmisión.

6.6.2.6.1 Los bloques comerciales

En el Canal del estado, la mayoría de programas de una hora tiene tres bloques o tandas comerciales. La duración de cada bloque comercial es de dos a tres minutos como máximo. Con este tiempo, el promedio de la hora televisiva se considera de 51 a 54 minutos. Por razones de producción y para agilizar el programa, *Planeta Deporte* fue dividido en cinco bloques con cuatro cortes, esta estructura facilitaba el orden a las

diferentes secuencias, reducía los tiempos de edición, priorizaba las notas y dinamizaba las presentaciones de la conducción.

Durante un buen tiempo la propuesta funcionó, el programa era más fluido y el tiempo de las presentaciones y de los videos se redujeron. El problema surgió cuando la Gerencia de Comercialización dispone que las tandas comerciales incluyan las promociones del canal. *Planeta Deporte* era uno de los programas que más auspiciadores tenía, seguramente el espacio era muy apetecible y atractivo para las ventas. Muchos comerciales, servicios, canjes y propagandas consumían la hora televisiva de deportes, sobre todo cuando había transmisiones extraordinarias como, Eliminatorias Mundialistas, Copa América, Vóley Internacional, Caminos del Inca, Copa Davis o simplemente la transmisión de algún partido del fútbol local. Con el tema de los comerciales y las promociones el tiempo para los comentarios quedaba corto.

6.6.2.6.2 El área de programación

En el Perú, la televisión se ha convertido en una industria sujeta a las leyes del mercado, y sus estrategias de programación están influenciadas por criterios comerciales de competencia. Este marco conceptual provoca en el canal siete un dilema que hasta la fecha no termina de resolverse. La televisora del Estado no acaba de decidirse, si optar por una programación de servicio público o tener un modelo de programación cien por ciento comercial.

Para el caso de *Planeta Deporte*, el espacio comercial programado que consume su tiempo de emisión es bastante excesivo. El tiempo aproximado dedicado a las ventas y a las relaciones comerciales, que están dentro y fuera de los bloques, en forma de spots, auspicios, menciones, canjes o simples créditos, están entre los veinte a veinticinco minutos.

El productor del espacio deportivo para armar su pauta, debe tomar en cuenta el material comercial para definir los tiempos de sus ediciones. Los imprevistos que sucedan al inicio, a lo largo o al final de la transmisión que afecten la hora deportiva también deben ser tomados en cuenta. Como suele pasar muchas veces, el noticiero o sus avances pueden terminar fuera de su hora, o los especiales oficialistas del congreso o del palacio pueden explayarse más de la cuenta; esto termina por romper la pauta y los esquemas del productor, en esos momentos lo único que interesa es correr, botar todo lo importante y si es posible despedirse.

6.6.2.6.3 Justificación del tema comercial

La coyuntura política, social y económica provocada por todos los gobiernos de turno, siempre ha mantenido el canal funcionando de forma ambivalente, en teoría es una televisora de servicio público y en la práctica se muestra como un medio privado dispuesto a competir. De esta manera la noble visión y el angustiante rating de Televisión Nacional del Perú, se confunden y pierde bajo los imperativos oficialistas y populistas del régimen gobernante.

Esta situación provoca que TNP no está ajeno “al negocio televisivo”, además de poder gozar del beneficio publicitario privado, recibe una subvención gubernamental periódica, que le permite hacer ensayos en su programación, contratos sobredimensionados, y transmisiones con mucha logística y coberturas intrascendentes.

Todos los productores del canal eran los responsables de justificar las formas comerciales que se hiciera dentro de su programa. La coordinación para estos asuntos la tenían que hacer de forma anticipada con la Gerencia de Comercialización, el plazo máximo era de una semana. En el caso de *Planeta Deporte*, el documento que se enviaba contenía la relación de todas las menciones, insertos, cortes y displays comerciales que se hacían dentro del programa. Se debía detallar el “on” y “off” del asunto, indicando nombre del auspiciador, la periodicidad, la fecha, la hora, el bloque de aparición y la forma de su emisión.

La producción de un espacio deportivo como *Planeta Deportes* demanda de costos o gastos directos e indirectos que afectan la calidad de su producción y la estabilidad de su personal. Los costos y gastos indirectos están conformados por el costo de equipos e inmuebles y los gastos en materiales y servicios que utiliza el programa.

Los costos de equipos e inmuebles del área técnica, están referidos a la depreciación de la maquinaria y equipo considerado por la Gerencia Técnica, no incluido en los diversos ambientes donde se efectúan los programas, y el área del edificio que los contiene. Por ejemplo el uso de las islas de edición, el gasto de cabezales, la conversión de señal, el uso de microondas, etc. En el canal estatal la

imputación de los costos se ha efectuado en base a las horas de emisión, grabación y edición del programa.

Los gastos de materiales y servicios indirectos, son aquellos identificados en forma específica para cada programa, que están registrados en las “PECOSAS” mensuales que cada productor demanda a la gerencia de producción, para el caso de bienes y servicios. Para el productor hace su nota de pedidos a las aéreas implicadas como es la gerencia de tv y las oficinas de logística, finanzas, contabilidad y patrimonio. En este rubro se podrá considerar los útiles de escritorio, la oficina y sus servicios, los equipos informáticos, el teléfono, etc.

Los costos directos se obtienen adicionando el costo de mano de obra directa del equipo de producción y operadores, los materiales y servicios directos y la depreciación de equipos e inmuebles (Ver Anexo 4).

6.7 El rating de *Planeta Deporte*

Planeta Deporte es el único programa deportivo situado en un horario estelar dentro de la programación de TNP. En una primera etapa se encontraba en el horario de las telenovelas, nueve de la noche. Actualmente ésta se emite en el horario de los noticieros y de los programas de espectáculos.

Con Deportes pegado al noticiero, el “colchón” que dejaba *Confirmado* era bueno, a pesar de que a esa hora los otros canales seguían pasando novelas. Cuando Deporte cambia de horario a las diez de la noche, teniendo antes toda la “franja cultural” de TNP, el rating bajo de forma evidente. La programación cultural terminaba con un

rating de cero puntos, al empezar deporte este subía a uno, al terminar la media hora deportiva se tenía tres o cuatro puntos, la segunda media hora se mantenía o subía, esto se podría interpretar como “nivel de sintonía” y la existencia de un “público cautivo” (Ver Anexo 5).

La presión de las estadísticas que da el rating influye en el tratamiento del programa, crea una “lectura fría” del desarrollo del espacio televisivo. Los niveles altos, medios y bajos de la teleaudiencia producen la necesidad de evaluar, alterar y repotenciar la producción, teniendo como objetivo mantener un determinado promedio en el cuadro de análisis de preferencia, con relación a los programas a fines o del mismo horario. Los sistemas de medición de audiencia son los verdaderos constructores de la programación diaria y del número de televidentes en un momento del día depende el precio del segundo de publicidad en una televisora.

Los datos del *rating* sirven de guía, es una información que mide la preferencia y permite analizar el contenido del programa¹¹. El cálculo de la preferencia de un espacio televisivo debe tener alguna base o indicio estadístico, por tanto, es importante que la empresa televisora invierta económicamente y de forma constante en la obtención de este servicio para beneficio de su propia programación¹². Las “frías estadísticas del rating” en cierto modo muestran los parámetros de teleaudiencia.

¹¹ Tomando en cuenta, por ejemplo, la información del rating se elaboró la pauta en el tiempo de las Eliminatorias para el Mundial de fútbol Corea-Japón 2002. La lectura era la siguiente: la programación del fútbol en los primeros bloques tenía un rating alto, pero el tiempo que quedaba de programa, la preferencia bajaba; esto quería decir, que los televidentes una vez terminado el tema de Eliminatorias cambiaban de canal. Basados en las estadísticas se decidió distribuir las noticias de las Eliminatorias a lo largo de la hora de emisión, guardando las “notas pesadas” para el final del programa. El resultado fue favorable, las cifras de la primera media hora con relación a la segunda te daban una lectura positiva.

¹² A pesar que, desde 1995, la televisión peruana cuenta con los servicios de la empresa internacional medidora de rating IBOPE TIME (Instituto Brasileño de Opinión y Estadística), TNP no es muy afecta a la medición del rating y no cuenta con un presupuesto especial asignado para este tipo de campaña. La experiencia del rating fue parte de la propuesta de los directivos que iniciaron el proyecto de Planeta

Planeta Deporte tenía el horario estelar de la programación y era uno de los programas con mayor rating de TNP, esto significaba buenas razones para las ventas (Ver Anexo 6). El área de comercialización ubicaba todos sus comerciales en el programa, el área de programación con sus avisos invitaba a ver sus películas, novelas y espacios, y el área de prensa transmitía sus avances, especiales y actividades oficiales. Para el tema deportivo quedaba poco tiempo, la hora televisiva era insuficiente. Prácticamente sólo se contaba con 35 a 38 minutos efectivos de programa para “botar” el material informativo. Si la producción de *Planeta* programaba alguna entrevista, enlace telefónico, sorteo, comentarios, demostraciones o se le presentaba alguna eventualidad, se tenía que reprogramar la pauta y sacrificar material editado.

Sin lugar a dudas se podría afirmar que, el elemento comercial condicionaba la producción del programa y “apretaba” el tiempo en la pauta general. La relevancia de los auspiciadores se podía apreciar en la ubicación de los conductores dentro de la escenografía virtual diseñada con logos y marcas comerciales. Además, en la elaboración de los informes con auspicios, en el tiempo de edición de los “publicherris” y en el cuidado que se tenía con los “fondos auspiciados” en las entrevistas y transmisiones en vivo.

Había periodos en que *Planeta Deporte* tenía hasta diez auspicios en cada emisión diaria. La clientela era variada: pelotas de fútbol, zapatillas, zapatos, vitaminas, trofeos, ropa, bebidas, tiendas comerciales y hasta servicios de seguridad, todos clientes importantes que auspiciaban secuencias y consumían algún tiempo del programa. El promedio de duración de los bloques comerciales era de veinte a veintidós minutos, sin

Deporte. Esta medición duró algún tiempo y solo mostraba la preferencia de algunos programas del Canal en relación a sus medias horas y tipo de público (Ver Anexo 4).

considerar las “menciones” de los conductores al aire. La crítica especializada comparaba al programa con *Trampolín a la Fama*, debido a la cantidad de marcas y logos que se mostraba en la escenografía y las menciones que se hacían en el programa.

6.8 El fútbol en *Planeta Deporte*

Para entender la predominancia del fútbol en el programa *Planeta Deporte*, hay que entender por qué la televisión se ocupa del fútbol, y esto podría responderse a partir del siguiente enunciado: “La programación televisiva se construye en respuesta a los gustos y los intereses de los espectadores, y éstos demandan mayoritariamente partidos de fútbol y noticias relacionadas con este deporte”.

En una aproximación como ésta, la televisión quedaría relegada a un mero instrumento de los grupos sociales consumidores del medio, y no tendría ninguna responsabilidad en la producción del fútbol como un deporte-espectáculo de consumo masivo. Los responsables de las empresas televisivas y los trabajadores de los medios de comunicación (periodistas, programadores, directivos...) no serían sino instrumentos sometidos a la lógica del sistema.

La segunda explicación se podría resumir así: “La industria televisiva aprovecha (y fomenta) la falta de sentido crítico de los espectadores, y, por intereses de la propia industria, acaba convirtiendo el fútbol en el centro de la programación”.

El medio es desde esta perspectiva el origen del importante peso relativo que el fútbol tiene en la vida cotidiana de los ciudadanos. Los responsables de las empresas

televisivas y los periodistas colaboran de este modo con el deterioro cultural que se predica de las masas de ciudadanos en las sociedades del capitalismo avanzado.

En esta situación se considera que las empresas se convierten en aliados de los intereses espurios de algunos grupos políticos que prefieren una ciudadanía más preocupada por los asuntos intrascendentes del deporte que por los problemas que afectan a la colectividad de los ciudadanos. La televisión podría haberse utilizado del mismo modo para promover las competencias culturales y el sentido crítico de la población.

Se podría ensayar una tercera vía que se preguntara al menos cómo ha llegado a producirse una tan estrecha relación entre un deporte como el fútbol y un medio de comunicación como la televisión, abandonando de momento la pretensión de encontrar una respuesta. Por otro lado, ¿quién entendería hoy el fútbol sin la televisión? El carácter empresarial (esto es, dirigido a conseguir beneficios) de los clubes de fútbol o los contratos multimillonarios de los jugadores no serían posibles sin los ingresos que a los clubes les reportan sus alianzas con las empresas televisivas. Todo en el fútbol parece ya estar pensado para y por la televisión: desde la uniformidad de los jugadores hasta la publicidad estática en los estadios, pasando por los escenarios en los que jugadores, entrenadores y directivos se enfrentan antes de los partidos, después de éstos y en cualquier día de la semana a las ruedas de prensa.

En la actualidad el periodismo especializado en deportes, sobre todo en fútbol, pone al consumo en primera línea. Este se encuentra diversificado entre la prensa escrita, sea en pantalla con publicaciones *on-line*, *blogs* y redes sociales o en papel con

los diferentes tipos de impresión; la radio y su vertiente en frecuencias o a través del internet; la televisión en su versión de señal abierta o de paga; y en las nacientes formas de transmisión de video a través de la web, su demanda no para de aumentar, lo que hace importante su alcance comercial, cultural y social.

Ángel Cappa, argentino, actual director técnico de River Plate (junio 2009), dice: “El periodismo deportivo como el periodismo a secas, es sencillamente un negocio y se rige por la lógica del beneficio rápido. Eso le permite obviar cualquier otro valor que no sea ganar dinero y gozar de cierta impunidad. Por suerte siguen habiendo excepciones”.

Por su parte, el desaparecido periodista Jorge Salazar, coincide en parte con Cappa, al analizar el fenómeno:

La gente demanda fútbol y ha entrado a todos los pueblos y es un fenómeno histórico mundial. Hay una sed que es aprovechada por las empresas de comunicaciones y periodísticas sobre todo para entretener y lucrar, pero desgraciadamente no para analizar el fenómeno o hacer investigación para orientar a sus lectores que es lo que se requiere(...) El fútbol se ha convertido en el dinamo económico del siglo XXI. Alrededor del fútbol se mueven miles de millones de euros, dólares. El fútbol, quiérase o no, es un fenómeno que vende (Mallma, 2009: 111).

El contenido del espacio deportivo *Planeta Deporte* se organizaba en base a los acontecimientos noticiosos del fútbol. Este tema era el más relevante y consumían la mayor cantidad de tiempo del espacio deportivo.

La fuente informativa principal de donde se suscitaba la información, provenía del Campeonato Profesional de Fútbol de Primera División de nuestro país, este daba

origen a una serie de informaciones que eran atendidas recurrentemente por el programa. Se tenía a los encuentros de futbol fecha por fecha, las reuniones de la Asociación Profesional, la Federación y Agremiación de Futbolistas, y los campeonatos y torneos internacionales de futbol, como material periodístico de las comisiones.

El Campeonato de Futbol Profesional de Primera División se programaba para todo el año y se constituía en dos torneos bien diferenciadas, el apertura de febrero a julio y el clausura de agosto a diciembre, por sorteo los doce equipos profesionales clasificados cubrían todas las fechas programadas. Para cada jornada se producía seis encuentros, que en su mayoría se jugaban los días miércoles y domingos en cada una de las sedes de los equipos implicados, sea en la capital o en provincia.

Los campeones de cada torneo del campeonato descentralizado o liga nacional se enfrentaban en una final de ida y vuelta para definir al campeón nacional. Perdía la categoría de primera división profesional, los equipos que sumando los puntos logrados en ambos campeonatos, obtenían el menor puntaje acumulado. Lo curioso era que siempre los equipos llamados grandes de la capital siempre obtenían plaza en este campeonato, seguramente por razones de rating o asuntos comerciales.

La Asociación Deportiva de Futbol profesional (ADFP) reunía a todos los delegados de los clubes profesionales de futbol, estos tenían injerencia sobre el Torneo o Campeonato Descentralizado. Aquí los dirigentes sobre todo de los equipos participantes, manifestaban, denunciaban y resolvían sus inquietudes y diferencias. Las reuniones de la Asociación de Futbol Profesional se realizaban siempre los días lunes por la noche.

Sobre el tema de la Federación Peruana de fútbol (FPF) y la Agremiación, el primero era el máximo rector de este deporte, estaba inscrita a la FIFA y era el responsable del manejo de la selección de fútbol de mayores y de las diversas categorías de menores. La Agremiación estaba conformado por ex futbolistas que defendían los derechos de sus colegas, y siempre estaban solícitos para denunciar cualquier arbitrariedad.

El fútbol internacional de competencia o de carácter amistoso era bien considerado en el programa, sobre todo los campeonatos importantes como el Mundial, la Copa UEFA, la Liga de Campeones, la Bundesliga, la Copa Libertadores, entre otros. Además, se transmitía resúmenes de los campeonatos internos de los países vecinos como, México, Argentina, Brasil y Chile, y se hacía un seguimiento especial a los jugadores peruanos que militaban en equipos extranjeros.

En la programación regular de la semana (lunes, martes, jueves y viernes), el material futbolístico cubría aproximadamente el 85% del espacio deportivo, los programas que coincidían con la programación de la fecha del torneo descentralizado profesional (miércoles y domingo), tenían el 100% de la atención del fútbol (Ver Anexo 7).

Estos programas especiales eran bastante atropellados, ya que no había mucho tiempo para otra cosa que no sea fútbol. Quitando los bloques comerciales que *Planeta Deporte* tenía, se contaba con aproximadamente de 44 a 46 minutos para informar todo el acontecer futbolístico, de estos, 37 minutos mas o menos eran para los resúmenes de

los partidos y las entrevistas, 4 minutos para comentar las tablas de estadísticas, posiciones y próxima fecha y el gol de la fecha, el resto del tiempo se ocupaba en las presentaciones de la publicidad estática, el desarrollo de auspicios y sorteos para los televidentes.

Las ediciones de los partidos tenían una duración de 3 a 6 minutos, según la cantidad de incidencias, número de goles e importancia. Los seis encuentros se daban de forma secuencial, postergando para los últimos bloques, los encuentros de los punteros. Para el pase y regreso de los cortes comerciales, se tenía breves resúmenes del acontecer futbolero internacional. Definitivamente, los programas para la cobertura de la fecha de que realizaba *Planeta Deporte*, era predominantemente fútbol.

Las ediciones del programa de los otros días de la semana, no eran otra cosa que antesalas del torneo futbolístico, los días lunes y martes se promocionaba la fecha del miércoles, y los jueves y viernes se promocionaba la fecha del domingo, o mejor dicho, lo que nos dejó la fecha los lunes y jueves, y lo que nos espera de la fecha los martes y viernes.

En estos días se editaban resúmenes muy amplios, para el análisis “detalle por detalle” de los encuentros trascendentes, se tenía enlaces telefónicos, entrevistas en el set, reportajes especiales y material de archivo para comentar. También se contaba con el desarrollo de las jornadas del fútbol internacional que en su mayoría contaba con auspicios. A esto podemos agregar segmentos estables, como el enlace vía microondas que se hacía desde la Asociación de Fútbol Profesional, el resumen musicalizado de goles del campeonato profesional, el show de goles internacional, el sorteo diario de

premios para los televidentes, las menciones comerciales en vivo, las tablas de posiciones y la programación de la fecha.

Para la producción del programa, las comisiones periodísticas eran dedicadas al tema del fútbol. Los reporteros de *Planeta Deporte* pasaban la mayor parte del tiempo grabando entrenamientos, conferencias o esperando las declaraciones de jugadores, entrenadores, dirigentes o de hinchas. Los especiales, finalmente, referidos al fútbol, mayormente eran entrevistas que se realizaban en restaurantes o centros particulares deportivos a los protagonistas de los encuentros. La edición de ese material consumía buena parte del programa.

Para resumir, si se hiciera una evaluación del por qué los medios televisivos y, sobre todo, el canal del Estado le siguen dando cabida al fútbol profesional, se tendría e primer lugar que el fútbol es entendido como un espectáculo ha ser consumido por la sociedad de masas, lo cual, de inmediato, lo convierte en un negocio lucrativo que mueve millones de personas y en el cual están involucradas intereses comerciales privados. Tenemos, en ese orden, los seguros, la moda, los *souvenirs* y los *mass media*, los espacios publicitarios contratados en radio y televisión, revistas y periódicos.

Visto desde esa perspectiva, transmitir fútbol –reducido, por lo general, a tres equipos capitalinos– para el canal del Estado representa lo más cómodo y barato. Y, también, visto desde ésta, el canal incumple los fines para los cuales ha sido creado: fomentar el deporte –todos sin excepción– y la cultura –en relación a los programas deportivos, programas como Presencia Cultural y La función de la palabra con Marco Aurelio Denegri– que no tienen la relevancia debida ya que, como hemos expresado, el

fútbol –a pesar de los inconvenientes de producción sufridos que hemos analizado en el programa *Planeta Deportes*– tiene un peso económico en su programación.

CONCLUSIONES

1. Para el Canal del Estado, el deporte en TNP es sinónimo de “fútbol profesional” y los demás deportes o disciplinas no son importantes en su programación. La inclinación del consumidor de programas deportivos, que en el caso peruano busca solaz y entretenimiento en el fútbol, es aprovechada por la Dirección de Planeta Deporte para justificar la predominancia de éste sobre otras disciplinas deportivas.
2. El Canal del Estado difunde un falso mensaje de apoyo al deporte, al promover solamente fútbol capitalino. El programa Planeta Deporte de TNP está dirigido al público de la capital y a los grandes segmentos urbanos del país, descuidando las zonas del interior y de frontera de nuestro país.
3. La mayoría de programas informativos de TNP direccionan la opinión pública mostrando una realidad política y social a favor del gobierno, condicionando así su programación a las disposiciones y competencias de la señal abierta.
4. El programa Planeta Deporte no puede competir por rating con otras televisoras de señal abierta, sin invertir en su propia producción.
5. La lógica comercial impera en la estructuración del programa Planeta Deporte.

BIBLIOGRAFÍA

ALCOBA LÓPEZ, Antonio

2005 *El periodismo deportivo*.

1980 *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid, Hijos de E. Minuesa, S.l.

ALVAREZ ESCALONA, Gerardo Tomás

2001 *La difusión del fútbol en Lima*. Tesis para optar la licenciatura en Historia, UNMSM.

CASANOVA TOVAR, Norka Luisa

2000 *Creación de una Productora por un Canal de Televisión*. Informe E.A.P. de Comunicación Social. Lima, UNMSM.

CAMINO, Jaime

1997 *El oficio de director de cine*. Madrid, Ediciones cátedra.

COLLE, Raymond. El Contenido de los Mensajes Icónicos.

1999. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/76coll/76aciintr.htm>.

Revista latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife) – junio de 1999 – número 18.

CONSTITUCION POLITICA DEL PERÚ

1993

D' VIPTORICA, Raúl

2005 *Producción en Televisión. Procesos y Elementos que Integran la Producción en Televisión*. México, Editorial Trillas.

FELDMAN, Simon

1998 *La realización cinematográfica*. Barcelona, Gedisa.

1996 *Guión argumental, guión documental*. Barcelona, Gedisa.

FERNÁNDEZ DÍEZ, Federico (et) José MARTÍNEZ ABADÍA

1994 *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona, Editorial Piadós.

FLORES HUILLCAPUMA, Virginia

1999 *El lenguaje radiofónico de los programas deportivos “Campeonísimo” y “Ovación”*. Tesis. Facultad de Letras de la UNMSM..

FREUD, Sigmund

1988 Totem y tabú. Hyspamerica.

FÚTBOL Y TELEVISIÓN. CULTURA DE MASAS Y MEDIACIONES EN EL CAPITALISMO AVANZADO. Elías Zamora Acosta. Universidad de Sevilla – España.

http://personal.us.es/ezamora/Curriculum%20Web%20EZ_archivos/Futbol%20y%20Television.pdf

GARCIA EIROA, Jesús. Deportes de Equipos.

2000 Biblioteca temática del deporte. INDE Publicaciones. Primera edición,. Pl. Sant Pere, n.º 4 bis, baixos 2.ª 08003 Barcelona – España. (Publicación On line).
<http://www.inde.com>

GARGUREVICH REGAL, Juan

1987 *Prensa, Radio y Tv*. Lima, Editorial Horizonte.
Nuevo Manual de Periodismo. Lima, Editorial Causachum.

GUTIÉRREZ, Fernando y DE LA GUARDIA, Carlos

La Industria Televisiva en el Universo de Internet., en "Razón y Palabra # 1", <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/Anterior.htm>.

HERBERT ZETTL

Manual de Producción de Televisión. San Francisco State University, Internacional Thomson Editores S.A. de C.V.

HERNÁNDEZ, Gabriel

Figuras y Estrategias en torno a una Semiótica de lo Visual. México, Editorial Siglo XXI.

HERSH, Carl.

1995 *Producción Televisiva en el Contexto Latinoamericano*. México, Editorial Trillas.

HITCHCOCK, John K.

1993 *Periodismo Deportivo. Técnicas Básicas para el Manejo de la Información Deportiva en Radio y Televisión.* Producción y Dirección de Programas Deportivos por Televisión. Colombia, Editorial Voluntad S.A.

HUIZINGA, Johan

2000 *Homo ludens.* Madrid, Alianza Editorial S.A. Madrid.

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN DE
TELECOMUNICACIONES (INICTEL)

s/f “Cámaras de Tv a Color”. Lima, División de Radiodifusión. Dirección de Capacitación.

JACKSON, Robert

1992 “El Papel de los Medios de Comunicación en la Lucha Contra la Corrupción”, en Teleconferencia Respondacon II, febrero

KAPLÚN, Mario. Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, Chasqui 58,
1997 junio. La Educomunicación.
<http://www.comunica.org/chasqui/kaplun.htm>

LETRAS E IDEAS, Revista N° 5. La televisión en el punto de Mira.

Artículo publicado Web: <http://www.baletz.org/es/gogoeta/global>.

LEWIS, Carolyn Diana

1994 *El Reportaje por Televisión.* México, Publigráficos.

LOZANO RENDON, José Carlos

1996 *Teoría de la Investigación de la Comunicación de Masas.* México, Logman.

MALLMA ARRESCURRENAGA, Gustavo

2009 *Prensa Deportiva y sensacionalismo. El caso del diario “Liberio” y la eliminación de la selección peruana del Mundial de fútbol, Alemania 2006.* Informe Profesional. Facultad de Letras de la UNMSM.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1993 *Curso General de Redacción Periodística.* Madrid, Paraninfo.

MCLUHANN, Marshall

1975 *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México. Editorial Diana.

MEDIA TELEVISIÓN. La Programación Televisiva.

<http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque6/index.html>

MILLERSON, Gerald

2001 *Realización y Producción en Televisión*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo

2001 *Televisión, Audiencias y Educación*. Bogotá, Grupo Editorial Norma

PELÉ

2007 *Memorias*. Ediciones Temas de hoy

POPPER, Karl y John CONDRY

2000 *La televisión es mala maestra*. México, Fondo de Cultura Económica

PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

<http://www.aldeaeducativa.com/aldea/tareas2.asp?which=1393>

<http://encarta.msn.es/find/concise.asp?mod=1&ti=761559903&page=3#s22>

<http://www.rctv.net/history>

<http://www.galeriasnet.com.mx/revista/entreten/comohacerunprogramadetv.html>

<http://victorian.fortunecity.com/muses/116/diccionario1.html>

<http://www.innovarium.com/Rev107/television%20vzla.htm>

RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

2007 “Plan Estratégico Institucional”. Oficina General de Planificación y Desarrollo.

REBEIL, María Antonieta y Delia Guadalupe GÓMEZ

2008 *Ética, Violencia y Televisión*. México, Editorial TRILLAS.

RODRÍGUEZ DELGADO, Rafael

1994 *Teoría de los Sistemas y Gestión de las Organizaciones*. Lima, Instituto Andino de Sistemas.

ROL DE LOS MEDIOS

http://www.noticiastrujillo.com/index.php?option=com_content&task=view&id=28&Itemid=76

RON WHITTAKER, Ph. D, Producción de Televisión. Producción de Campo y Estudio. Traducido por Ricardo Avila Ponce y Daniel Benaim Meiler. (Cibertexto en línea)

SALAZAR SALAZAR, Julio

2003 *Estructuras de Producción Audiovisual. La organización jerárquica como sujeto productor y enunciator del discurso audiovisual.* Tesis. Facultad de Letras de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

SANCHEZ RIOS, José Alfredo. (1999) Sincronía entre Formas Sonoras y Formas Visuales en la Narrativa Audiovisual. Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna (Tenerife). octubre - número 22
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/19alfre/do.html>.

SCOTT, James

1979 *El cine: un arte compartido.* Universidad de Navarra

SEGER, Linda

Cómo llegar a ser un guionista excelente. Madrid, Ediciones Rialp. S.A.

SOLARINO, Carlo

1993 *Cómo hacer televisión.* Cátedra, signo e imagen.

SORIANO, Osvaldo

2006 *Arqueros, ilusionistas y goleadores.* Editorial Planeta.

TERNERO, Freddy

2004 *Sí se Puede.* La conquista de un sueño. Ediciones PEISA

URRUNAGA, Carlos. Tarjeta Roja para el fútbol peruano: ¿qué hacemos el 2010?.

Artículo publicado en el Blog “El Economista” del Diario Gestión.

<http://radio.rpp.com.pe/ventanaeconomica/tarjeta-roja-para-el-futbol-peruano-%c2%bfque-hacemos-el-2010/>

VALDIVIESO, Liliana.

2006 *Diseño de una agenda para la mejora de la Coordinación Periodística del programa “Buenos Días, Perú” de Panamericana Televisión.* Informe Profesional. Facultad de Letras de la UNMSM.

VIVAS SABROSO, Fernando

2008 *En vivo y en Directo. Una Historia de la Televisión Peruana.* Lima, Universidad de Lima- Fondo Editorial.

WOLF, Mauro

1991 *Investigación de la Comunicación de Masas.* Paidós.

Wood, David

2008 “Fútbol, Cultura e Identidad en el Perú”, en: PANFICHI, Aldo. *Ese gol existe.* Lima: PUCP. Fondo Editorial.

ANEXOS

Anexo 1: Pauta 1ra.fecha de Eliminatorias Sudamericanas

Japón – Corea 2002. Transmisión del Pool de la tv peruana

PROPUESTA TELEFONICA.

FECHA	PARTIDO	HORA K.O	TRANSMISIÓN	HORARIO	FECHA AIRE
28-Mrz-00	Colombia – Brasil	21:00	Vivo	20:30-23:00	28-Marz-00
29-Mrz-00	Ecuador – Venezuela	12:00	Diferido	02:30-04:30	30-Marz-00
29-Mrz-00	Uruguay – Bolivia	15:00	Diferido	12:30-02:30	30-Marz-00
29-Mrz-00	Argentina – Chile	19:30	Vivo	90:00-21:21	29-Marz-00
29-Mrz-00	Perú – Paraguay	21:30	Vivo	21:21-23.30	29-Marz-00

DESARROLLO DE LA PAUTA FINAL TNP PARTIDO POR PARTIDO.

MARTES 28 DE MARZO DEL 2000

HORA INICIO : 20:30 PM.

COLOMBIA – BRASIL

VIVO

HORA	CONTENIDO	TIEMPO
20:15 – 20:30	Barras, tono y pruebas de audio y video	15 minutos
20:30 – 20:31	Presentación comercial	1 minuto
20:31 – 20:39	Comentarios, unilaterales, videos	10 minutos
20:41 – 20:45	Corte comercial 1	4 minutos
20:45 – 20:55	Comentarios, unilaterales, videos	10 minutos
20:55 – 21:00	Señal internacional	5 minutos
21:00	Inicio Primer tiempo	45 minutos
21:46 – 21:50	Corte comercial 2	4 minutos
21:50 – 21:53	Comentarios, unilaterales, videos	3 minutos
21:53 – 21:57	Corte comercial 3	4 minutos

21:57 – 22.00	Señal internacional	3 minutos
22.00	Inicio segundo tiempo	45 minutos
22:46 – 22.50	Corte comercial 4	4 minutos
22:50 – 22:59	Comentarios, unilaterales, videos	9 minutos
22:59 – 23:00	Despedida comercial	1 minutos

MIÉRCOLES 29 DE MARZO DEL 2000

DIFERIDO:

HORA INICIO : 11:46 AM.

(02:30 – 4:30 AM / 30/MAR/00)

ECUADOR - VENEZUELA

GRABADO

HORA	CONTENIDO	TIEMPO
11:31 – 11:46	Barras, tono y pruebas de audio y video	15 minutos
11:46 – 11:47	Presentación comercial	1 minuto
11:47 – 11:51	Corte comercial 1	4 minutos
11:51 – 12:00	Comentarios, unilaterales, videos	9 minutos
12:00	Inicio Primer tiempo	45 minutos
12:46 – 12:50	Corte comercial 2	4 minutos
12:50 – 12:53	Comentarios, unilaterales, videos	3 minutos
12:53 – 12:57	Corte comercial 3	4 minutos
12:57 – 13:00	Señal internacional	3 minutos
13:00	Inicio segundo tiempo	45 minutos
13:46 – 13.50	Corte comercial 4	4 minutos
13.50 – 13.51	Despedida Comercial	1 minutos

MIÉRCOLES 29 DE MARZO DEL 2000

HORA INICIO : 19:00 PM.

ARGENTINA – CHILE

VIVO

PERU - PARAGUAY

VIVO

HORA	CONTENIDO	TIEMPO
18:45 – 19:00	Barras, tono y pruebas de audio y video	15 minutos
19:00 – 19:01	Presentación comercial Argentina – Chile	1 minuto
19:01 – 19:11	Comentarios, unilaterales, videos	10 minutos
19:11 – 19:15	Corte comercial 1	4 minutos
19:15 – 19:25	Comentarios, unilaterales, videos	10 minutos
19:25 – 19:30	Señal internacional	5 minutos
19:30	Inicio Primer tiempo	45 minutos
20:16 – 20:20	Corte comercial 2	4 minutos
20:20 – 20:23	Comentarios, unilaterales, videos	3 minutos
20:23 – 20:27	Corte comercial 3	4 minutos
20:27 – 20:30	Señal internacional	3 minutos
20:30	Inicio segundo tiempo	45 minutos
21:16 – 21:20	Corte comercial 4	4 minutos
21:20 – 21:21	Despedida Comercial Argentina – Chile	1 minutos
21:21 – 21:22	Presentación Comercial Perú – Paraguay	1 minutos
21:22 – 21:26	Corte Comercial 1	4 minutos
21:26 – 21:30	Comentarios, unilaterales, videos	4 minutos
21:30	Inicio Primer Tiempo	45 minutos
22:16 – 22:20	Corte comercial 2	4 minutos
22:20 – 22:23	Comentarios, unilaterales, videos	3 minutos
22:23 – 22:27	Corte comercial 3	4 minutos
22:27 – 22:30	Señal internacional	3 minutos

22:30	Inicio Segundo Tiempo	45 minutos
23:16 – 23:20	Corte Comercial 4	4 minutos
23:20 – 22:29	Comentarios, unilaterales, videos	9 minutos
23:29 – 23:30	Despedida Comercial Perú – Paraguay	1 minutos

MIÉRCOLES 29 DE MARZO DEL 2000

HORA INICIO : 00:30 PM.

DIFERIDO:

URUGUAY - BOLIVIA

(12:30 – 02:30 AM/ 30/MAR/00)

HORA	CONTENIDO	TIEMPO
00:30 – 00:31	Presentación comercial Uruguay - Bolivia	
00:31 – 00:34	Corte comercial 1	1 minuto
00:34 – 00:43	Comentarios, unilaterales, videos	10 minutos
00:43	Inicio Primer tiempo	4 minutos
01:29 – 01:33	Corte comercial 2	10 minutos
01:33 – 01:36	Comentarios, unilaterales, videos	5 minutos
01:36 – 01:40	Corte comercial 3	45 minutos
01:40 – 01:43	Señal internacional	4 minutos
01:43	Inicio Segundo Tiempo	3 minutos
02:28 – 02:32	Corte Comercial 4	4 minutos
02:32 – 02:33	Despedida Comercial Uruguay - Bolivia	3 minutos

**Anexo 2: Detalle de la solicitud de pedidos para cobertura de
primera fecha eliminatorias mundialistas**

1ero.- Programación de Emisión:

28 de marzo	Colombia vs Brasil	Directo: 8.30 pm.	Antesala 15 min	Set TNP
29 de marzo Diferido el 30	Ecuador vs Venezuela	Grabación en vivo: 11.30 am	Antesala 15 min	Set TNP
Diferido el 30	Uruguay vs Bolivia	Grabación en vivo: 5.30 pm	Antesala 15 min	Set TNP
29 de marzo	Argentina vs Chile	Directo 7.30 pm	Pegado	Set TNP
29 de marzo	Perú vs Paraguay	Directo 9.30 pm	Pegado	Estadio Nacional

2do.- Necesidades para la transmisión:

a).- SET DEL CANAL:

Equipos: 3 Cámaras de estudio
2 televisores con señal del encuentro en estudio
3 audífonos para los conductores
3 micros pecheros

Personal: Director de televisión
3 camarógrafos
1 sonidista
1 microfonista

1 luminotécnico

1 Operador de vides Tape

1 Editor

1 Coordinador

1 Maquilladora

Sala Técnica:

-Audio de coordinación del Pool en control de emisión para ser escuchado por La producción.

-Decodificación de señal del encuentro. Señal que viene de América Tv. Audio internacional y coordinación

-Prueba de señal recepcionada: Barras de color, tono, conteo de pool, graphics, audio y video de careta y cuñas (conectarse al distribuidor de señal mezclada: señal internacional mas los graphics del pool)

-Congelado de plano abierto de estadio. En prevención de falla de satélite.

Grabación y Edición:

Grabación del encuentro en Betacam.

En control (archivo de video teca) en Isla (edición de jugadas para resumen)

Turno de graphics:

Antes y durante el encuentro

Escenografía:

Ambiente para transmisión de eliminatorias. 3 sillas, mesa de conducción.

Promociones:

Promociones de toda la jornada, según pauta comercial

Apoyo con internet

Comunicaciones:

Dos teléfonos en control de transmisión, con línea abierta.

b).- ESTADIO NACIONAL:**Equipos:**

2 equipos de microondas:

-desde estadio al canal con señal unilateral

-desde canal 4 a canal con señal del Pool

2 cámaras en Estadio Nacional (unilaterales)

en cabina de transmisión y en tribuna

1 televisor con señal del aire, con salida para dos audifonos

3 micrófonos alámbricos con pedestal para mesa

1 micro inalámbrico

1 micro bom para ambiente de estadio

1 consola de audio

1 scwicher en estadio, para señal unilateral

1 watcham (tv de mano)

1 línea para retorno de móvil de canal 5 a cabina de transmisión.

Esta línea contendrá el audio de coordinación general

para el coordinador de la cabina

2 radios para coordinación de canal y cabina

1 cicloide con difusores para la cabina

Accesorios:

Cableados, extensiones, repuestos, monitores, etc - (lo necesario)

Personal:

1 director de Tv

2 camarógrafos

2 asistentes de cámara

1 luminotécnico

1 coordinador
1 microfonista
1 maquilladora
1 reportero
1 editor
1 productor general
1 asistente de producción
3 conductores (conductor, narrador y comentarista)
3 microónderos
2 movilidades (técnica y producción)
Personal para transmisión –de emergencia- 1 conductor

Escenografía:

- Pedestal para televisor en cabina, 4 sillas plegables para cabina.
- Escenografía en Canal para transmisión stanby (emergencia)

Sala Técnica:

- Audio de coordinación del pool en control de emisión, para ser Escuchado por la producción.
- Decodificación de señal del encuentro. Señal que viene de América Tv (audio internacional y coordinación)
- Señal unilateral desde el estadio. Audio y video.
- Prueba de señal recepcionada. 40 minutos antes de emisión
- Teléfono con línea abierta para coordinación.

Grabación y edición:

Facilidades para la grabación y edición / Asignar editor.

Turno de Graphics:

Antes y durante encuentro

Importante:

-Panel de conductores de apoyo en planta para cualquier emergencia:

2 cámaras, ambiente para transmisión, micros, monitores, director de Tv, coordinador,

Equipos y personal en espera.

-Logos de canal para micros de mano en estadio

-Pizarra acrílica con plumón para coordinación en estadio

-Refrigerio para todo el persona implicado.

La antesala del partido será de 15 minutos, se saldrá con entrevistas desde fuera y dentro del estadio, además se votará videos.

Producción:

El equipo de Producción para las fechas señaladas estará conformado

por:

- Freddy Figueroa H.....Producción General de Tv.
- Gonzalo López Pinto ...Coordinación, Inernet, alineaciones
- Renzo Cassano.....Apoyo en Edición
- Raul DávilaEstadísticas

Anexo 3: Pauta programa *Planeta Deporte*

EMISION: 25 – 09 – 02

PRESENTACION COMERCIAL.....	1.30	
CARETA DEL PROGRAMA.....	0.30	
CLIP DE UNIVERSITARIO (GOLES Y ROSTROS).....	3.00	
MAU/ OMAR / SALUDO	2.00	
OMAR/ INFORME . LOS NUMEROS DEL CAMPEON.....	2.28	T.T.:11.00

CORTE 1 : SOLO BARRIDO ENTRADA Y SALIDA

OMAR / ESPECIAL DEL CHEMO.....	8.00	
MAU / ESPECIAL DEL CHOLITO SOTIL.....	3.00	T.T.: 14.00
OMAR / CORTE		

CORTE 2: SOLO BARRIDO ENTRADA Y SALIDA

MAU / INFORME SUB CAMPEONA DE AJEDREZ... ..	3.00	
OMAR/ INFORME : VOLEY.....	4.00	T.T.: 10.00
MAU / CORTE		

CORTE 3 : SOLO BARRIDO ENTRADA Y SALIDA

MAU / INFORME SOBRE ARBITRAJE.....	4.00	T.T: 7.00
OMAR/ CORTE		

CORTE 4 : SOLO BARRIDO ENTRADA Y SALIDA

OMAR / INFORME:.....	3.00	T.T: 9.00
MAU / INFORME :.....	3.00	
MAU/ OMAR / DESPIDEN		

Anexo 4: Costos económicos del programa *Planeta Deporte*

-COSTO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMA DE TV *PLANETA DEPORTE*. 2003

COSTO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMA DE TV - 2003											
(Mensual - En Soles)											
COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN POR PROGRAMA DE TV											
PROGRAMA	COSTO DIRECTO DE PRODUCCIÓN										
	COSTO PRIMO				TOTAL		GASTOS INDIRECTOS		TOTAL		
	MANO DE OBRA DIRECTA		MAT./SER. DIRECT.		DEPRE. EQUIPOS INMUEB.		EQUI. E INM. AREA TCA				
	PROD.	OPERA.	TOTAL								
Planeta Deporte	6.840	29.010	35.850	1.402	37.252	16.697	53.949	3.768	20.904	78.622	48.881

-COSTO DIRECTO DE EQUIPOS DE PLANETA DEPORTE

(En Nuevos Soles)

EQUIPOS	Costo Por Hora	Horas Utiliz / Mes	Costo Mes
SALA TECNICA	15,68	25,80	405
SALA TRAFICO	3,75	25,80	97
SALA TRAFICO SERVIDOR	3,13	25,80	81
SALA TRAFICO PROGRAMACION	0,15	25,80	4
CONTROL ESTUDIO 1	21,27	22,00	468
ESTUDIO 1	12,32	22,00	271
ESTUDIO 3	13,01		-
CONTROL ESTUDIO 2	12,50		-
AUDIO - CONTROL ESTUDIO 2	0,63		-
ESTUDIO 2	1,78		-
ISLA 1	1,15		-
ISLA 3	1,78	-	-
ISLA 4	0,44		-
ISLA 5 TRANSFER	3,27	180,00	589
ISLA 6	2,40		-
ISLA 7	13,77		-
ISLA 12	0,70		-
ISLA 13	1,07		-
ISLA 14 - PROMOCIONES	1,19		-
ISLA 15 - PROMOCIONES	4,25		-
ISLA 16 - PROMOCIONES	0,05		-
PROMOCIONES	0,35		-
MOVIL 1 – UNIDAD MOVIL	29,16	-	-
MOVIL 2 - MINIMOVIL	4,14	1.042,00	4.309
FLYAWAY – 2	69,11	4,00	276
SECCION MICRONDAS	1,72	8,00	14
MICRONDAS INICTEL	7,79		-
CUARTO DE CAMARAS	21,12		-
AREA PRENSA PRINCIPAL	1,81		-
AREA PRENSA ISLA 2 - VISIONADO	0,49		-
AREA PRENSA ISLA 3 – NO LINEAL	0,40		-
AREA PRENSA ISLA 5 – NO LINEAL	0,40		-
AREA PRENSA ISLA 6 – VISIONADO	0,32		-
ARCHIVO	0,04		-
REPORTAJE AL PERU	0,01		-
PRENSA ISLA 1 NO LINEAL	4,61		-
PRENSA ISLA 2 DE CORTES	1,91		-
PRENSA ISLA 3 DE CORTES	2,11		-
PRENSA ISLA 4 DE CORTES	1,95		-
MORRO SOLAR, TX Y RTX	380,98	25,80	9.829
UNIDADES DE TRANSPORTE	1,05	338,00	355
TOTAL COSTO DE EQUIPOS			16.697

- COSTO DIRECTO DE OPERADORES DE PLANETA DEPORTE

(En Nuevos Soles)

OPERADORES	Costo Por hora	Horas Utiliz / Mes	Costo Mes
SALA TECNICA	60,20	25,80	1.553
SALA TRAFICO	23,67	25,80	611
SALA TRAFICO SERVIDOR	9,08	25,80	234
SALA TRAFICO PROGRAMACION	45,38	25,80	1.171
CONTROL ESTUDIO 1	38,24	22,00	841
ESTUDIO 1	193,87	22,00	4.265
ESTUDIO 3	74,70		-
CONTROL ESTUDIO 2	27,31		-
AUDIO - CONTROL ESTUDIO 2			-
ESTUDIO 2	96,77		-
ISLA 1	9,58		-
ISLA 3	16,67	-	-
ISLA 4	6,25		-
ISLAS TRANSFER	18,68	180,00	3.363
ISLA 6	11,67		-
ISLA 7	13,33		-
ISLA 12	9,14		-
ISLA 13			-
ISLA 14 - PROMOCIONES			-
ISLA 15 - PROMOCIONES			-
ISLA 16 - PROMOCIONES			-
PROMOCIONES			-
MOVIL 1 – UNIDAD MOVIL	23,58	-	-
MOVIL 2 - MINIMOVIL	15,76	1.042,00	16.425
FLYAWAY – 2	37,20	4,00	149
SECCION MICRONDAS	49,76	8,00	398
MICRONDAS INICTEL			-
CUARTO DE CAMARAS			-
AREA PRENSA PRINCIPAL			-
AREA PRENSA ISLA 2 - VISIONADO			-
AREA PRENSA ISLA 3 – NO LINEAL			-
AREA PRENSA ISLA 5 – NO LINEAL			-
AREA PRENSA ISLA 6 – VISIONADO			-
ARCHIVO			-
REPORTAJE AL PERU			-
PRENSA ISLA 1 NO LINEAL			-
PRENSA ISLA 2 DE CORTES			-
PRENSA ISLA 3 DE CORTES			-
PRENSA ISLA 4 DE CORTES			-
MORRO SOLAR			-
UNIDADES DE TRANSPORTE			-
TOTAL COSTO DE OPERADORES			29.010

CONDICIÓN ECONÓMICA DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN *PLANETA DEPORTE*

EQUIPO DE PRODUCCIÓN	CARGO	COND. LAB.	REMUN.
CORTEZ GALVEZ MAURICIO	Conductor	Locador	-
RUIZ DE SOMOCURSIO OMAR	Conductor	Locador	-
FREDDY FIGUEROA HUAÑEC	Productor	Locador	2.500,00
LOPEZ PINTO GONZALO	Asist. Producción	Locador	2.000,00
ELIZALDE DE LA CRUZ MELO ROGER OMAR	Editor	Locador	1.400,00
MALCA CONTRERAS ROBERT WALTER	Reportero	Locador	1.600,00
DE LA CRUZ DE LA CRUZ CARLOS	Reportero	Locador	1.600,00
VARGAZ SOLDEVILLA DAVID	Reportero	Locador	2.200,00
CASTILLO RICARDO	Coordinador	Locador	-

Los conductores y el coordinador recibían un porcentaje de las ventas como remuneración

Anexo 5: Rating: junio 2001

Fuente: IPSOS APOYO “Opinión y Mercados” (Primera y Segunda media hora)

Fecha	total	A/B	C	D/E
11	3.7	2.2	3.6	4.4
	2.7	3.4	2.6	2.5
12	3.5	2.5	2.5	4.8
	3.1	3.0	1.5	4.4
13				
14	4.1	1.6	4.5	4.9
	5.2	2.8	5.4	6.2
15	4.0	3.3	4.6	3.8
	3.3	4.4	3.6	2.7
16	3.9	3.8	2.5	4.9
	3.0	2.0	2.1	4.0
17	4.2	4.4	4.3	4.1
	3.3	3.0	3.1	3.5
18	4.0	3.5	4.6	3.8
	2.5	1.8	2.8	2.6
19	3.2	0.5	1.3	2.2
	1.6	0.7	0.7	0.1

Fecha	total	A/B	C	D/E
21	3.3	4.3	2.4	3.5
	4.4	3.9	4.5	4.5
22	6.1	3.1	7.1	6.7
	4.7	3.2	5.0	5.2
23	3.8	2.3	3.9	4.4
	2.7	1.4	2.8	3.2
24	3.7	2.5	2.5	5.2
	2.7	1.2	2.4	3.4
25				
26	4.0	1.6	2.8	6.0
	2.8	1.5	2.3	3.8
28	4.9	4.2	3.9	6.0
	2.9	1.7	4.3	2.4
29				
30	3.2	3.5	2.9	3.3
	2.0	1.8	2.1	2.1

Anexo 6: Ventas por programa. Primer trimestre 2003

TV ò RADIO	PROGRAMA	ENERO	FEBRERO	MARZO	Total general	Prom. Mensual	
						US\$	S/.
TV	CONFIRMADO	48.678	34,845	58.054	141.577	47.192	150.544
	HOLA PERÚ	7.019	15,507	28.873	51.399	17.133	54.654
	PLANETA DEPORTE	14.380	13,006	20.058	47.444	15.815	50.449
	SHOW DE LA FE	10.818	15,300	17.000	43.118	14.373	45.849
	VIVIENDO MEJOR	8.785	10,648	12.168	31.601	10.534	33.603
	OTOÑO EN MI CORAZON		6,320	17.479	23.800	7.933	25.307
	INFOCOMERCIALES	7.000	8,710	7.362	21.072	7.024	22.406
	FILIALES	7.023	10,266		17.289	5.763	18.384
	COSTUMBRES	5.234	3,169	8.220	16.622	5.541	17.675
	REPORTAJE AL PERÚ	3.636	1,949	5.904	11.489	3.830	12.217
	TODO SOBRE EVA	10.476	607		11.083	3.694	11.785
	MINISERIE		2,446	8.443	10.889	3.630	11.578
	COPA DAVIS		9,420		9.420	3.140	10.017
	CONFIRMADO REGIONAL	2.569	2,569	2.483	7.621	2.540	8.103
	BLOQUE HORARIO	2.145	1,771	1.529	5.445	1.815	5.789
	MISKY TAKY		322	4.423	4.745	1.582	5.045
	ENCANTOS DEL PERÚ	1.973	778	1.694	4.445	1.482	4.727
	COPA NAC.VOLEY SEMILLERO 2003		4,000		4.000	1.333	4.253
	FIESTA VIRGEN DE LA CANDELARIA		3,040		3.040	1.013	3.233
	SONATA DE INVIERNO			2.805	2.805	935	2.983
	CARNAVAL DE CAJAMARCA		2,465		2.465	822	2.621
	LIGA SUDAM. DE BASKETBALL		1,893		1.893	631	2.012

	LA NOVATA		1,847		1.847	616	1.964
	PERÚ AGRO		340	1.223	1.563	521	1.662
	MEDIODIA CRIOLLO	155	635	753	1.543	514	1.641
	SUCEDIÓ EN EL PERÚ		16	700	716	239	761
	RETRATOS			700	700	233	744
	A JUGAR		467		467	156	496
	CANTO EN CUERDAS	325			325	108	346
	SONIDOS DEL MUNDO	217			217	72	230
	LA BUENA TIERRA	13	25	87	125	42	133
	COMISIÓN DE LA VERDAD			57	57	19	60
	MAPAMUNDI	20	31		51	17	54
	EL PLACER DE LOS OJOS		36		36	12	38
	DE LA MANO CON LA DEFENSORIA	10	25		35	12	37
	VANO OFICIO		24		24	8	25
	FUNCIÓN DE LA PALABRA		16		16	5	17
	EL FUTURO DE LA TIERRA		8		8	3	8
Total TV		130.477	150.497	200.016	480.990		

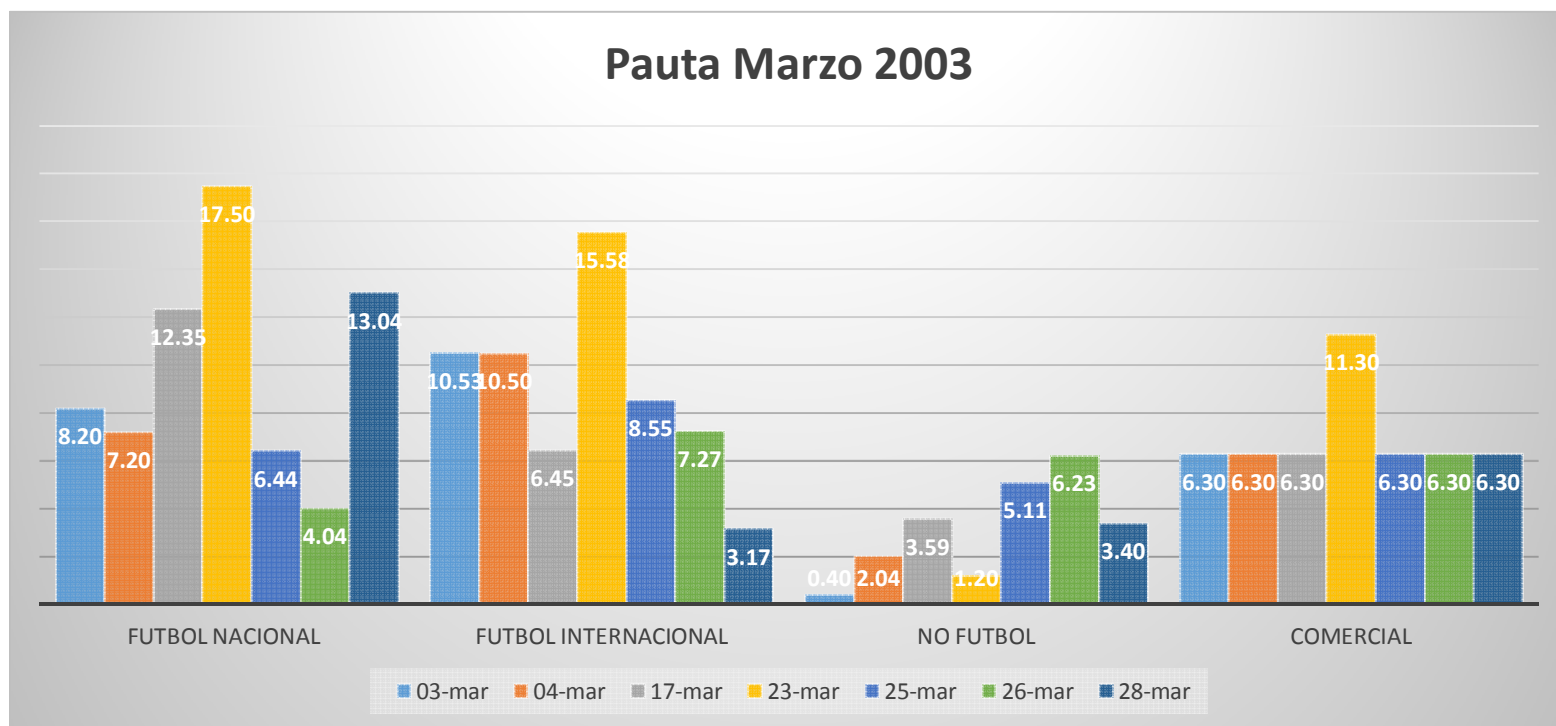
RD	BLOQUE HORARIO	331	112	135	662
Total RD		331	112	135	662

Total general	130.808	150.609	200.151	481.652
---------------	---------	---------	---------	---------

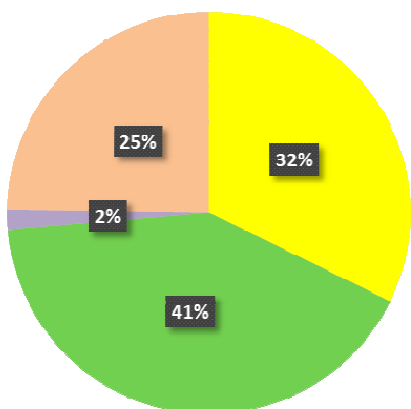
Anexo 7: Mayor contenido futbolístico en espacio deportivo estatal

Se ha tomado como referencia 29 pautas de emisión del programa en vivo emitidos el 2003, que incluyen programas regulares (lunes a viernes) y programas de fin de semana (domingo), para probar la mayor cobertura del tema futbolístico, con referencia a otros deportes.

	03-mar	04-mar	17-mar	23-mar	25-mar	26-mar	28-mar
FUTBOL NACIONAL	8.20	7.20	12.35	17.50	6.44	4.04	13.04
FUTBOL INTERNACIONAL	10.53	10.50	6.45	15.58	8.55	7.27	3.17
NO FUTBOL	0.40	2.04	3.59	1.20	5.11	6.23	3.40
COMERCIAL	6.30	6.30	6.30	11.30	6.30	6.30	6.30

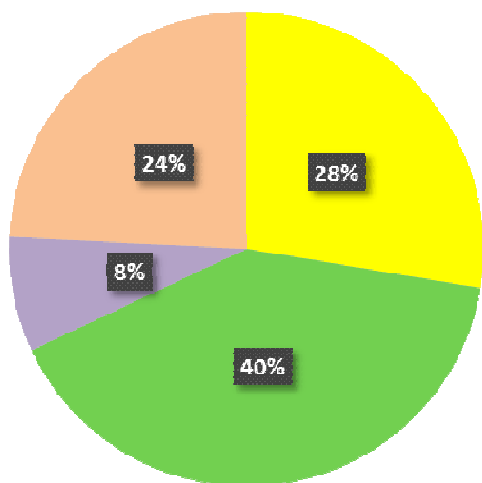


EMISIÓN 03 / 03 / 03 LUNES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	0BSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	PROGRAMACIÓN DE LA 2DA FECHA DEL TORNEO APERTURA	0.40	
MAU	SOLO GOLES. 1ERA FECHA TOTAL 20 GOLES	1.30	MUSICALIZADO
OMAR	INFORME CASO WANKA. ALFONSO MIRANDA PDTE DEL WANKA SOLICITA REPROGRAMACION. TITO CASTAGNOLA VICE PDTE ADFP MANIFIESTA QUE WANKA YA PERDIO LOS 3 PUNTOS	1.50	
MAU	INFORME S. BOYS	1.40	
OMAR	BLOQUE PIEER'S. FUTBOL INGLES FECHA 29 ASTON VILLA 0 – 2 BIRMINGHAM. EL 2DO GOL DE BIRMINGHAM CULPA DEL ARQUERO FINLANDES ENGELKBERGH, EL MISMO QUE EL AÑO PASADO LE HICIERON UN GOL DE SAQUE LATERAL	1.50	
MAU	COMPARACION DE ESE GOL CON EL BLOPPER DEL AÑO PASADO	1.30	COMENTAR
MAU	COPA DE LIGA. FINAL INGLATERRA MANCHESTER UNT 0 – 2 LIVERPOOL	1.03	
	C O R T E 1	2.30	
OMAR	ALIANZA LIMA. YA ESTA CONCENTRADO PARA EL MIERCOLES (GRUPO 4) PARA JUGAR ANTE COBRELOA (CHILE). TAGLIANI Y QUINTEROS ESTAN ALGO SENTIDOS. CHILENOS LLEGAN ESTA NOCHE. TAMBIEN ALIANZA PIENSA EN LA U.	1.50	
MAU	CUADRO COPA LIBERTADORES	0.30	
OMAR	SEGUNDA DIVISIÓN. SE INSTALO LA NUEVA JUNTA DIRECTIVA DE LA 2DA DIVISION PERIODO 2003 – 2007, HABLA FRANCISCO GONZALES PRESIDENTE DE LA 2DA Y EL TESORERO JORGE GOMEZ	0.50	
MAU	FERNANDO NIEMBRO, PERIODISTA ARGENTINO. CADENA FOX TV	3.00	
OMAR	TAE KWON DO. ALUMNOS DE LA ACADEMIA LEE DIERON EXAMEN DE GRADO ESTUVO PRESIDENTE ALDO BARRIENTOS QUE CLASIFICO A LOS PANAMERICANOS DE SANTO DOMINGO (AGOSTO) AL QUEDAR 3ERO EN EL SUDAMERICANO DE SANTA CRUZ BOLIVIA	0.40	
MAU	FUTBOL ALEMAN. FECHA 23 COTTBUS 0 – 2 BAYERN MUNICH B. LEVERKUSEN 3 – 0 WERDER BREMEN	1.20	
OMAR	FUTBOL INGLES. FECHA 29 NEWCASTLE 2 – 1 CHELSEA MIDDLESBROUGH 1 – 1 EVERTON ARSENAL 2 – 1 CHARLTON	1.40	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	8.20	NOTAS AUSPICIAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	10.53	
NO FUTBOL	0.40	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

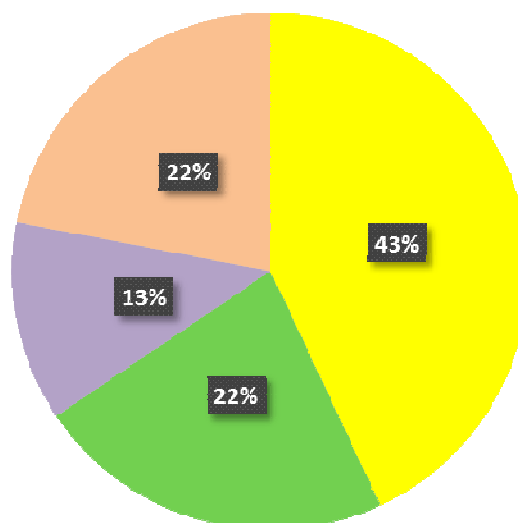
EMISIÓN 04 / 03 / 03 MARTES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL / PRESEN PROGRAMA	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	COPA LIBERTADORES GRUPO 4 (HOY) GIMNASIA DE LA PLATA (ARG) 5 – 1 ALIANZA LIMA	3.30	
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 7 (HOY) COLO COLO (CHI) 1 – 2 BOCA (ARG)	1.20	
OMAR	COPA LIBERTADORES (PARTIDOS DE AYER) GRUPO 5: BOLIVAR (BOL) 5 2 PEÑAROL (URU) GRUPO 1: EMELEC (ECU) 0 4 DEPORTIVO CALI (COL)	3.00	
MAU	PREMIACIÓN PREMIO A TELEVIDENTE CON TRATAMIENTO DE HIDRATACION COMPLETA EN SANAM SPA. GANADORA: MILAGROS DE CHALELA ESPECIALISTA: SANDRA LOAYZA	0.50	
OMAR	C O R T E INFORME SELECCIÓN SE PREPARA PARA MUNDIAL FEMENINO DE FUTBOL (EE.UU)	2.30	
	C O R T E	2.30	
	REGRESO DE CORTE CON NOCHE DE SALTOS DE MOTOS EN ALEMANIA	1.04	
OMAR	BLOQUE PIERR'S LIGA DE CAMPEONES	3.00	
MAU	ATLETISMO Y TAI CHI ATLETISMO: FEDERACION PREMIO A DELEGACION PERUANA QUE TRAJÓ MEDALLAS DE SUDAMERICANO DE CROSS COUNTRY EN PARAGUAY. DECLARACIONES TAI CHI: EN TACNA SE REALIZARÁ FESTIVAL DE TAI CHI PARA EL ADULTO MAYOR COMO PARTE DEL PROGRAMA DEL IPD. DECLARACIONES	1.00	
OMAR	COPA LIBERTADORES GRUPO 6 PARCIAL UNIVERSITARIO - ORIENTE PETROLERO (BOL)	3.00	
MAU	FUTBOL DE MENORES EL 1 Y 2 DE MARZO SE JUGARÁ LA ETAPA NACIONAL DE LA MANCHESTER UNITED PREMIER CUP 2003 PREVIO A LA FINAL DE LA COPA NIKE EN USA. CAMPEONATO AVALADO POR LA FIFA. DECLARA GUILLERMO DE LA PUENTE. COMITÉ ORGANIZADOR	1.50	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	7.20	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	10.50	
NO FUTBOL	2.04	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

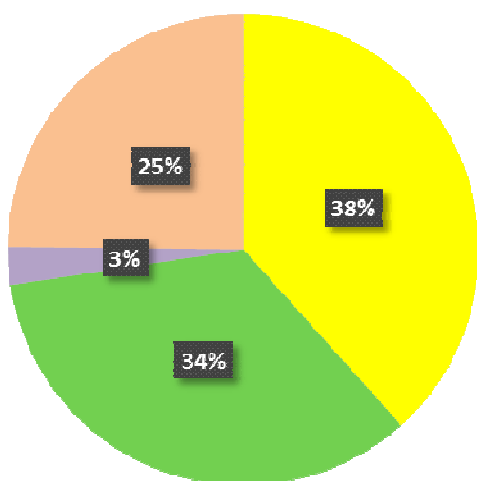
EMISIÓN	17/03/03 LUNES	P L A N E T A D E P O R T E		
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV	
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30		
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA	
MAU	CASO RAMÓN FERREYROS	2.30	ENLACE TELEFONICO	
OMAR	SOLO GOLES. 3ERA FECHA (TOTAL 17 GOLES)	1.51		
MAU	JUGADA POLÉMICAEN PARTIDO CRISTAL 1 - 0 CIENCIANO	1.30	COMENTAR	
OMAR	CUADRO DE LA PROGRAMACIÓN DE LA 4TA FECHA DEL APERTURA	0.40	COMENTAR	
MAU	MENCION CENTRUM PASTILLAS Y SOMBRILLAS			
OMAR	UNIVERSITARIO: ESTA NOCHE VIAJO A MONTEVIDEO CON 19 JUGADORES. PIANO SE SUMO AL GRUPO QUE LLEGO DE SULLANA, ESTARAN FUERA HASTA LUEGO DEL PARTIDO CON RACING EN AVELLANEDA. GRUPO 6, EL MIERCOLES	2.30		
MAU	MENCION DT DEL COMERCIO		SUPLEMENTO DEPORTIVO	
MAU	CORTE: BRASIL SERA SEDE DEL MUNDIAL 2014	2.00		
	C O R T E I	2.30		
	REGRESO CON FUTBOL ARGENTINO	2.48		
MAU	BLOQUE PIEER'S – FUTBOL ALEMAN FECHA 25 . BOCHUM 1 – 4 BAYERN MUNICH	1.57		
OMAR	NOTA. JORGE SAMPAOLI DT. BOYS EXPLICA PORQUE BOYS ES PUNTERO, QUE ESPERA DEL PARTIDO CON ALIANZA	3.00		
MAU	AUTOMOVILISMO. JUAN MANUEL POLAR PRESENTO SU ITINERARIO PARA EL 2003 Y CONFIRMO SU PARTICIPACION EN LA PRUEBA BARBER DODGE EN MEXICO, CANADA Y EEUU	1.29		
OMAR	LIGA DE FUTBOL EN SANTA ANITA	3.04	COMENTAR	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE	
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30		

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	12.35	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	6.45	
NO FUTBOL	3.59	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

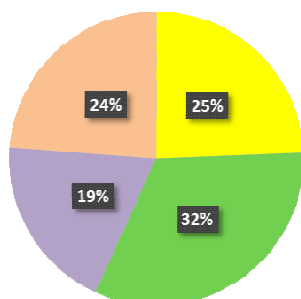


EMISIÓN 23/03/03 DOMINGO		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACIÓN COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	U. HUARAL 2 - 1 WANKA	3.10	
MAU	CIENCIANO 0 – 0 A. ATLÉTICO LIGO NOTAS	2.50	
OMAR	CORTE. MENCIÓN RAGGIO FUTBOL MEXICANO. FECHA 11 MORELIA 2 – 0 TIGRES NECAXA 2 – 2 GUADALAJARA SANTOS 2 – 0 SAN LUIS	2.00	GALLOS BLANCOS DE URIBE PERDIÓ 2 – 1 ANTE COLIBRIES
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
MAU	UNIVERSIDAD 3 – 0 MELGAR	3.30	
MAU	S. BOYS 2 – 2 A. LIMA	5.40	
OMAR	MENCION PIERER'S PASE A CORTE. FORMULA 1. MALASSIA	1.20	
	C O R T E 2	2.30	COMERCIAL LARGO
OMAR	ESTUDIANTES 1 – 0 CRISTAL	2.00	
MAU	CUADRO DE RESULTADOS. FECHA 4	0.40	
OMAR	MENCIÓN RAGGIO. LIGA PREMIER. FECHA 31 MANCHESTER 3 – 0 FULHAM NEWCASTLE 5 – 1 BLACK BURN ROVERS SOUTHAPMTON 2 – 0 SUNDERLAND ARSENAL 2 – 1 EVERTON	3.50	ARSENAL PUNTERO CON 66 PUNTOS. NEWCASTLE TERCERO CON 64
MAU	LIGA ITALIANA. SERIE A. FECHA 26 MILAN 2 – 1 JUVENTUS PARMA 2 – 1 LAZIO UDINESE 2 – 1 INTER MODENA 2 – 1 REGGINA	4.00	PUNTERO JUVENTUS CON 57 PUNTOS, INTER SEGUNDO CON 54
	C O R T E 3	2.30	
OMAR	MENCION CENTRUM. LA SELECCIÓN DE FUTBOL DE OLIMPIA DE PARAGUAY CAMBIO A NERY PUMPIDO. SOLAUNDE ES EL NUEVO DT	0.58	
MAU	FUTBOL MEXICANO MORELIA 2 – 0 TIGRES	2.10	
OMAR	ROMARIO TIENE PROBLEMAS PARA DEBUTAR EN QATAR	3.00	
OMAR MAU	MENCION CENTRUM DESPEDIDA		BREVE COMENTARIO
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	17.50	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	15.58	
NO FUTBOL	1.20	
COMERCIAL	11.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

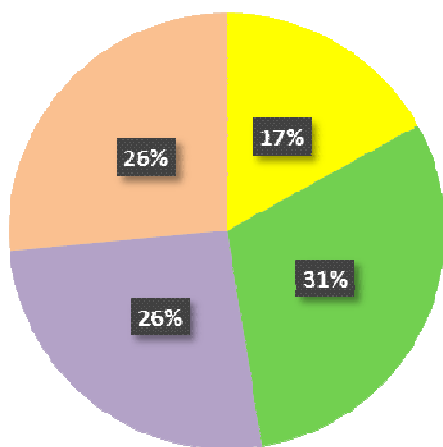


EMISIÓN 25/03/03 MARTES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CONFERENCIA DE PRENSA PAULO CESAR AUTUORI, HABLA DE CARTA DE COMPROMISO ES SECUNDARIA, SE ARREGLARA ESE TEMA DE AQUÍ AL INICIO DE LAS ELIMINATORIAS (SEPTIEMBRE). NOTAS A LOS JUGADORES	2.27	
MAU	CONFERENCIA NOLBERTO SOLANO Y CLAUDIO PIZARRO / PUEDE SER ULTIMA OPORTUNIDAD PARA CLASIFICAR, PARTIDO CON CHILE, AMBOS ESTAN EN SU MADUREZ	1.48	
OMAR	MENCION PUBLICACION DEPORTIVA DT DEL COMERCIO		SUPLEMENTO COMERCIO
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 6 RACING CLUB 1 – 1 UNIVERSITARIO	3.00	LIGO CUADRO ESTADISTICOS Y PROX. FECHA. LIGO NOTAS
OMAR	-RICARDO DASSO. GANADOR 1ERA FECHA DEL CAMPEONATO NACIONAL DE RALLY REALIZADO EN ASIA, LA 2DA FECHA SERÁ EN HUARAL EL 5 DE ABRIL -TAE KWON DO. ESTE SÁBADO SE LLEVÓ A CABO CON ÉXITO EL CAMPEONATO METROPOLITANO DE TAE KWON DO EN EL COLISEO DIBOS	1.40	DOS NOTAS
MAU	CORTE: GUY ROUX: DT DEL CAUXERRE DESDE 1961, UNO DE LOS POCOS TECNICOS, SINO EL UNICO QUE LLEVA 42 AÑOS EN EL CARGO. CAUXERRE EQUIPO DE LA 1ERA DIVISIÓN DE FRANCIA	1.55	
	C O R T E 1	2.30	
MAU	CENTRUM		
OMAR	S. CRISTAL. JORGE SOTO VUELVE AL EQUIPO TRAS SUPERAR SU LESIÓN- WEBER ASEGURA UN TRIUNFO PERO AFIRMA LO PAREJO DEL GRUPO. JUEGA EL JUEVES CON U. CATOLICA DE CHILE	2.29	
	CARLOS RAMACIOTTI. DT DE GIMNASIA Y ESGRIMA RIVAL DE ALIANZA MAÑANA POR LA COPA. GRUPO 4	2.00	
MAU	BLOQUE PIERR'S. COPA LIBERTADORES (HOY)	2.00	
OMAR	VOLEY. TERMINO CLASIFICACIÓN A LA LIGA NACIONAL, PASARON 7 EQUIPOS Y 9 EQUIPOS PARTICIPAN EN TORNEO NACIONAL DE VOLEY CATEGORIAS MENORES. DEP IQUITOS ESTA PUNTERO	1.20	
MAU	LUCHA. IPD RECONOCIO A LUCHADORES QUE CLASIFICARON A JUEGOS PANAMERICANOS DE SANTO DOMINGO. NOTAS: JOSÉ PAICO CAMPEON NACIONAL DE LUCHA – FLOR QUISPE CAMPEONA DE LUCHA	1.23	
OMAR	TAE KWON DO: ESTE SABADO SE LLEVÓ A CABO CON ÉXITO EL CAMPEONATO METROPOLITANO DE TAE KWON DO EN EL COLISEO DIVOS. NOTA: KI HJUNG LEE PRESID FED DEP DE TAR KWON DO	0.48	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



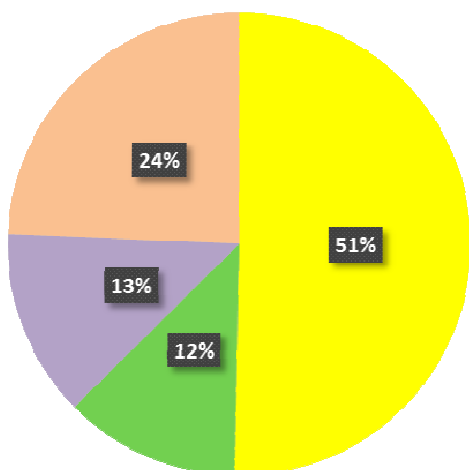
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	6.44	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	8.55	
NO FUTBOL	5.11	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 26/03/03 MIERCOLES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	COPA LIBERTADORES GRUPO 4 A.LIMA 1 – 1 GIMNASIA LP (ARG) (LIGO POSICIONES GRUPO 4). ADEMÁS GRUPO DE CRISTAL 2	4.51	
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 5 (HOY) BOLIVAR (BOL) 2 – 0 PUMAS UNAM (MEX) CON ESTE RESULTADO G 5: PEÑAROL Y GREMIO CON 7 PTS BOLIVAR Y PUMAS CON 6 / PROX GREMIO – PEÑAROL (2/04). BOLIVAR – GREMIO (10/04)	1.36	
OMAR	MENTION COMERCIO		
MAU	INFORME SELECCIÓN PERUANA. SOLANO SE SOMETIÓ A RESONANCIA PARA DESCARTAR LESIÓN EN EL ADUCTOR DE MUSLO IZQUIERDO. AUTORI SE DECIDIRÁ POR TRES ATACANTES. DECLARACIONES	2.08	
OMAR	PREMIACION PLANETA DEPORTE PRO FILM: GANADOR REYNALDO ROMAN	1.17	
MAU	MENTION CENTRUM		
OMAR	CORTE / TENIS TORNEO VISCAINO	1.20	
	C O R T E 1	2.30	
	REGRESO: VELEROS	1.20	
MAU	BLOQUE PIERR'S. LOS MEJORES GOLFISTAS MUNDIALES SE PREPARAN PARA EL 1ER GRAN TORNEO DEL MASTERS DE AUGUSTA SERA EN 2 SEMANAS	1.30	
	VOLEY. TERMINO CLASIFICACION A LA LIGA NACIONAL. PASARON 7 EQUIPOS ENTRE ELLOS REGATAS Y WANKA. 9 EQUIPOS PARTICIPAN EN TORNEO NACIONAL DE MENORES. DEP. IQUITOS ESTA PUNTERO	1.05	
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 7 IND. MEDELLIN - BOCA	1.00	
OMAR	KUN FU. SE DESARROLLO EL FIN DE SEMANA TORNEO DE VERANO 2003. DEMETRIO MAMANI LIMA (PRESID. FP KUN FU)	1.08	
MAU	FUTSAL AUSPICIADO POR TNP. VII COPA DE VERANO FUTSAL SE VIENA DISPUTANDO LA 1ERA FASE EN VILLAMARIA Y EN LA EXPLANADA SUR DEL ESTADIO NACIONAL	1.56	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



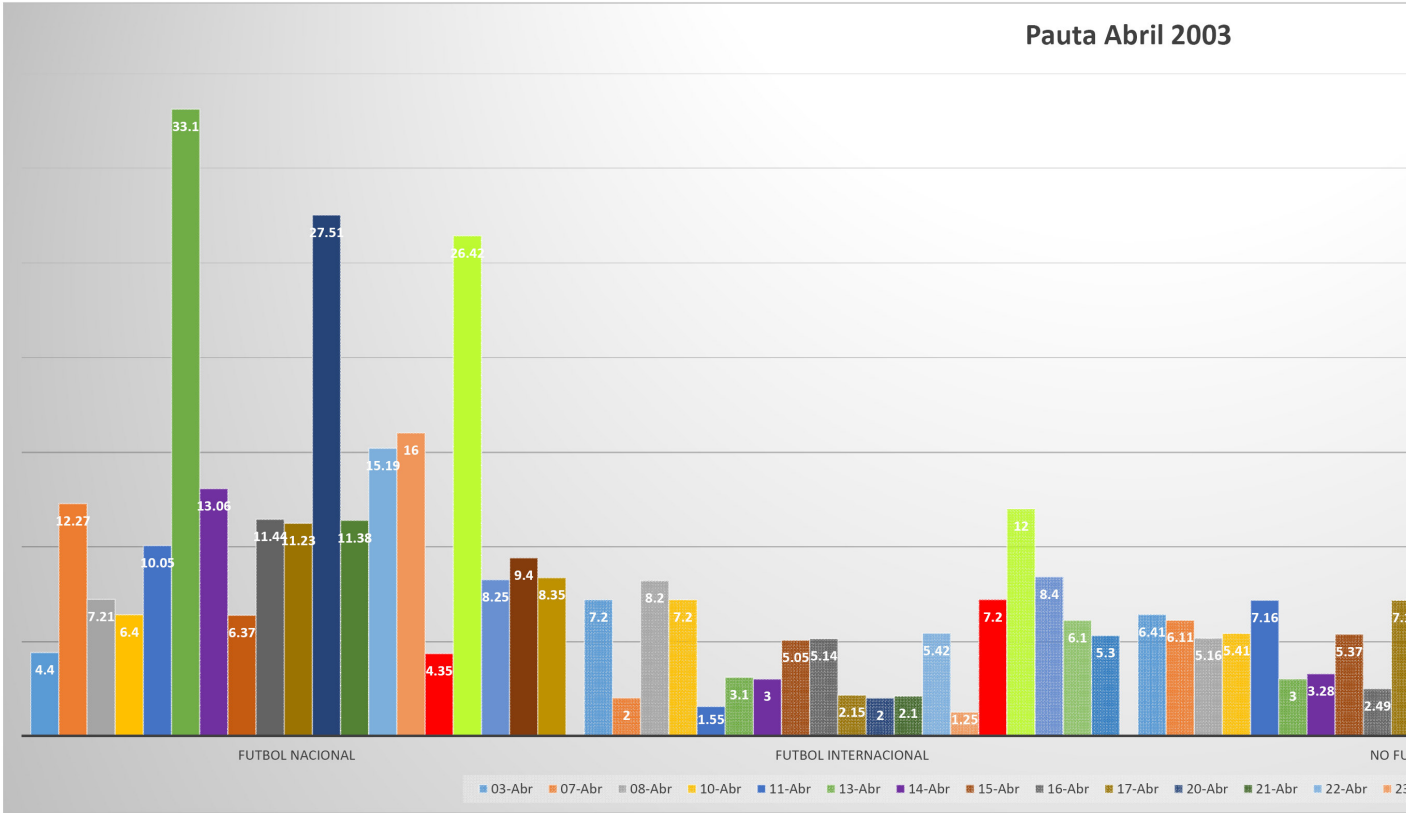
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	4.04	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	7.27	
NO FUTBOL	6.23	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 28/03/03 VIERNES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	FIXTURE DE TORNEO APERTURA NO SUFRIO VARIACION	1.30	COMENTAR CUADRO
MAU	S. CRISTAL: SE CAMBIE O NO EL FIXTURE LOS RIMENSES ESTAN LISTOS PARA ENFRENTAR A CUALQUIER RIVAL. REAPARECE MAESTRI ANTE BOLO POR EL INICIO DEL APERTURA	2.37	
OMAR	MANUEL BURGA – VARIOS TEMAS FPF	3.00	
MAU	ROLANDO SANCHEZ – SEÑALO QUE MAÑANA VIERNES SE CUMPLE EL PLAZO PARA QUE CLUBES SE ADECUEN A NORMATIVIDAD DE LA FPF	2.00	
OMAR	NOTA AJUGADORES DE UNIVERSITARIO LUEGO DE PARTIDO	1.57	NO SE TIENE IMÁGENES DE GOLES
MAU	CORTE CON BLOQUE PIEER'S SITUACION DE FUTBOL ASIATICO	1.47	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
MAU	COPA LIBERTADORES (PARTIDOS DE HOY) GRUPO 8: THE STRONGERST (BOL) 1 – 0 FENIX (URUG)	1.30	
OMAR	PREMIACIÓN A TELEVIDENTES CON JUEGOS DE LAMINAS DE SEGURIDAD PRO FILM – SR. ALONSO GARCIA	1.27	
MAU	-AUTOMOVILISMO: EL 8 DE MARZO SE DA INICIO A LA 1ERA FECHA DEL RALLY NACIONAL EN LA LOCALIDAD DE ASIA -FISICULTURISMO: METROPOLITANO DE FISICULTURISMO Y FITNES. LA FINAL FUE EN EL TERRAZAS	3.00	
OMAR	-FUTBOL DE MENORES: EL 1 Y 2 DE MARZO SE JUGARA LA ETAPA NACIONAL DE LA MANCHESTER UNITED CUP 2003 PREVIO A LA FINAL DE LA COPA NIKE EN USA. AVALADO POR LA FIFA.	2.00	
MAU	V FECHA DEL TORNEO DE CLASIFICACION DE LA LIGA NACIONAL DE VOLEY. PARTICIPAN 16 EQUIPOS EN DOS GRUPOS. MARCHAN INVICTOS REGATAS LIMA, DIVINO MAESTRO Y DEPORTIVO WANKA.	0.40	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA	1.00	BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



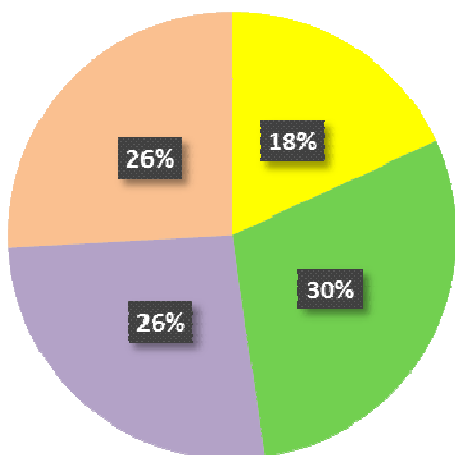
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	13.04	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	3.17	
NO FUTBOL	3.40	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

	03-Abr	07-Abr	08-Abr	10-Abr	11-Abr	13-Abr	14-Abr	15-Abr	16-Abr	17-Abr	20-Abr
FUTBOL NACIONAL	4.4	12.27	7.21	6.4	10.05	33.1	13.06	6.37	11.44	11.23	27.51
FUTBOL INTERNACIONAL	7.2	2	8.2	7.2	1.55	3.1	3	5.05	5.14	2.15	2
NO FUTBOL	6.41	6.11	5.16	5.41	7.16	3	3.28	5.37	2.49	7.16	8.3
COMERCIAL	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	11.3	6.3	6.3	6.3	6.3	9



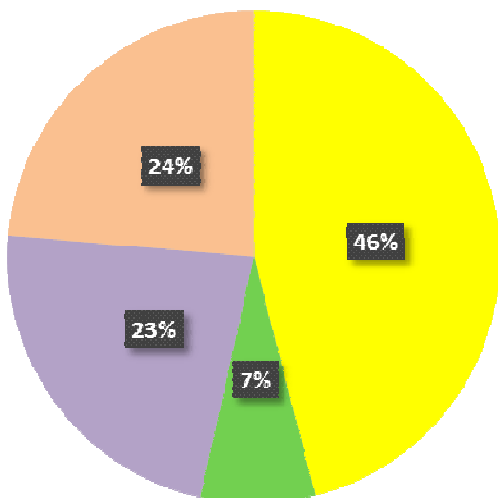
17-Abr	20-Abr	21-Abr	22-Abr	23-Abr	24-Abr	27-Abr	28-Abr	29-Abr	30-Abr
11.23	27.51	11.38	15.19	16	4.35	26.42	8.25	9.4	8.35
2.15	2	2.1	5.42	1.25	7.2	12	8.4	6.1	5.3
7.16	8.3	5.01	0.4	1.55	6.41	4.07	0.58	2.26	2.48
6.3	9	6.3	6.3	6.3	6.3	11.3	6.3	6.3	6.3

EMISIÓN 03/04/03 JUEVES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	ALIANZA LIMA. TRAS SALIDA DE CHEPE, A LIMA TRABAJO ESTA TARDE A PUERTA CERRADA BAJO LA DIRECCION INTERINA DE JULIO GARCIA	2.05	JUGADORES CONSIDERAN QUE TODOS SON CULPABLES DEL ACTUAL MOMENTO
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 8 (AYER) THE STRONGEST (BOL) 0 – 2 CORINTHIANS (BRA)	0.40	
OMAR	COPA LIBERTADORES. GRUPO 5 (HOY) PUMAS (MEX) 3 - 1 PEÑAROL (URU)	5.20	ENCUENTRO TERMINADO EN BRONCA COMENTAR LUEGO DE INDICACION EN INTERNO 4.45
MAU	BLOQUE PIERRS: COPA COFUT: CUARTOS DE FINAL IDA COLUMBIA CREW (EEUU) 0 – 6 MORELIA (MEX)	1.20	EL MORELIA CON GOL DE ROBERTO PALACIOS LOGRO CONTUNDENTE VICTORIA EN COPA DE CAMPEONES Y SUBCAMPEONES DE LA CONFEDERACION DE FUTBOL (CONFUT EX CONCACAF)
OMAR	BOXEO EN COMAS, ENTREVISTA A NIÑOS DE ACADEMIA DE EX BOXEADOR PROSPERO ODAR. CAMPAÑA COMAS Y LOS PUÑOS	1.50	
MAU	CORTE: RALLY DE TUNES	1.48	
	C O R T E I	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: BASQUET NBA	1.20	
OMAR	PREMIACION CON ALMUERZO DOBLE EN EL CATAMARAN: SR. PABLO NIEVAS SALHUANA	1.40	
MAU	CAMINOS DEL INCA: HENRY BRADLEY SERA EL ENCARGADO DE PROMOCIONAR LA COMPETENCIA FUERA DEL PAIS	1.43	SE DARA UN DIA LIBRE A LOS PILOTOS EN EL CUSCO PARA GENERAR EL TURISMO
OMAR	FEDERACION PERUANA DE FUTBOL Y MEDICAL TIMES FIRMARON CONVENIO PARA TRATAR A LOS DEPORTISTAS ASMATICOS, EL PROGRAMA SE LLAMARA “RESPIRE PERU” MARATHON SPORT MARCA DEPORTIVA OFRECE UN MILLON DE DOLARES A LA SELECCIÓN DE FUTBOL PARA LAS ELIMINATORIAS Y COPA AMERICA. TAMBIEN APOYARA AL BASQUET Y OTROS DEPORTES	2.35	(2 NOTAS)
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	4.40	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	7.20	
NO FUTBOL	6.41	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 07 / 04 / 03 LUNES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERVACIONES
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	
OMAR	SOLO GOLES – 5TA FECHA	2.40	TOTAL 18 GOLES
MAU	COMISIÓN SELECCIONADORA. ESTE FIN DE SEMANA HARÁ LISITACIÓN POR DERECHO DE TRANSMISIÓN Y ELIGIRÁ JEFE DE EQUIPO.	1.30	
OMAR	SELECCIÓN FEMENINA FUTBOL / PERÚ Y BOLIVIA QUEDARON LISTOS PARA ENFRENTARSE EL MIERCOLES A LAS 3-30 EN EL MONUMENTAL, EN PROCURA DE CLASIFICAR AL MUNDIAL DE CHINA.	1.27	
MAU	ALFREDO DEZA, PATRICIA RIESCO Y EDUARDO ACUÑA HICIERON MARCA MINIMA PARA LOS PANAMERICANOS EN SALTO ALTO, 100 CON VALLAS Y LANZAMIENTO DE MARTILLO.	0.50	
OMAR	PERÚ SUPERÓ A REPUBLICA DOMINICANA EN EL GRAN PRIX DE TIRO (DOMINGO EN EL REVOLVER). DECLARA: FRANCISCO BOZA (GANADOR FOSA) – MARCO MATELLINI (GANADOR SKEET)	1.03	DOMINGO EN EL REVOLVER
MAU	FUTBOL ARGENTINO FECHA 8	2.00	
	C O R T E 1	2.30	
OMAR	PIERRS: F-1 CIRCULO DE INTERLAGOS (BRASIL)	2.42	
MAU	-EL DOMINGO SE REALIZÓ LA GRAN BICICLETEADA (LIMA – MIRAFLORES - LIMA) ORGANIZÓ LA MUNICIPALIDAD DE LIMA	0.46	
	-CAMPEONATO METROPOLITANO DE FUTSAL EN HOMENAJE A HECTOR CHUMPITAZ, SE DESARROLLARÁ EN EL COMPLEJO MARISCAL CASTILLA DE LINCE.	1.10	
OMAR	EDGAR OSPINA. DT CIENCIANO	5.40	ENLACE TELEFONICO
MAU	INFORME RALLY HUARAL	0.50	
MAU OMAR	LEER CORREOS FELICITACIONES AL PROGRAMA (4)	0.50	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	12.27	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	2.00	
NO FUTBOL	6.11	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN	08 / 04 / 03 MARTES	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	0BSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	COPA LIBERTADORES GRUPO 6 0.PETROLERO (BOL) 2 – 2 UNIVERSITARIO LIGO CUADRO DEL GRUPO 6 (UNIVERSITARIO)	2.22	UNIVERSITARIO CON ESTE RESULTADO TIENE QUE GANAR EN LIMA Y NACIONAL TIENE QUE GANAR A RACING POSICIONES. PENDIENTES
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 4 OLIMPIA (PAR) 4 – 1 GIMNASIA LP (ARG) LIGO CUADRO DEL GRUPO 4 (ALIANZA LIMA)	3.18	POSICIONES. PENDIENTES
OMAR	CRISTAL: ES MUY PROBABLE QUE EL MISMO ONCE QUE JUGO ANTE UNIVERSITARIO ENFRENTA A UNIVERSITARIO	2.21	
MAU	SPORT BOYS: RECIBE EL DOMINGO A BOLOGNESI. NO QUIEREN PERDER PUNTOS EN CASA. AUSENTE MARIO FLORES POR LESION	2.22	(LIGO PROGRAMACION DE LA 6TA FECHA DEL APERTURA)
OMAR	VOLEY: EN COLISEO DIBOS DEL 23 AL 25 DE MAYO SE REALIZARA REPECHAJE CLASIFICATORIO AL MUNDIAL JUVENIL DE MALASIA 2003. PARTICIPARAN PERU, ARGENTINA Y VENEZUELA	1.36	ES PRIMER TORNEO DE PERU DESPUES DE DESCALIFICACIÓN
MAU	CORTE: MARCELO SALAS DEJARIA JUVENTUS Y VOLVERIA A RIVER PLATE	0.40	JUVENTUS QUIERE DESHACERSE DEL CHILENO. POSIBILIDAD DE JUGAR EN U DE CHILE O RIVER PLATE
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: ACROBACIA DE MOTOS EN MALASIA	1.20	
OMAR	BLOQUE PIERRS: LIGA DE CAMPEONES / 4TOS DE FINAL/ IDA: R. MADRID (ESP) 3 – 1 MANCHESTER UNITED (ING)	2.00	OTRO RESULTADO: AJAX (HOL) 0-0 MILAN (ITA). PARTIDOS DE MAÑANA: INTER (ITA) – VALANCIA (ESP) Y JUVENTUS (ITA) – BARCELONA (ESP)
MAU	BOXEO EN COMAS: ENTRENADOR PROSPERO ODAR TRABAJA CON LA NIÑEZ DE COMAS EN LA DIFUSION DE ESTE DEPORTE.	1.00	LEER NOTA DE PRENSA REFERENTE AL FUTSAL
	LIGA DE CLUBES DE FUTSAL (COMENTAR)	1.40	
OMAR	II FECHA CAMPEONATO DE RALLY HUARAL 2003. GANADOR ABSOLUTO RICARDO DASSO CON I HORA, 1 MIN, 24 SEG. EL TICO CUMPLIO BUENA ACTUACION: 1 HORA, 26 MIN, 34 SEG.	1.20	
MAU	CAMPEONATO METROPOLITANO DE FUTSAL EN EL COMPLEJO MARISCAL CASTILLA DE LINCE	0.58	SE DESARROLLA EN HOMENAJE A HECTOR CHUMPITAZ
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

TIEMPOS.

FUTBOL NACIONAL

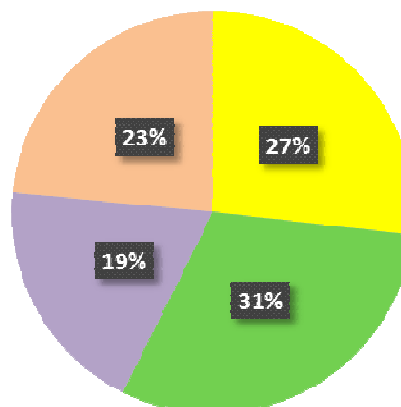
7.21

FUTBOL INTERNACIONAL

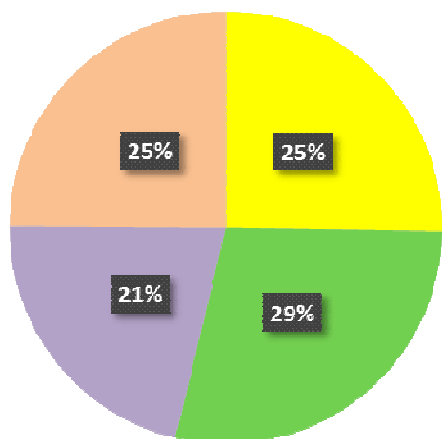
8.20

NO FUTBOL

5.16



EMISIÓN	10/04/03 JUEVES	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	ALIANZA LIMA. TRAS SALIDA DE CHEPE, A LIMA TRABAJO ESTA TARDE A PUERTA CERRADA BAJO LA DIRECCION INTERINA DE JULIO GARCIA	2.05	JUGADORES CONSIDERAN QUE TODOS SON CULPABLES DEL ACTUAL MOMENTO
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 8 (AYER) THE STRONGEST (BOL) 0 – 2 CORINTHIANS (BRA)	0.40	
OMAR	COPA LIBERTADORES. GRUPO 5 (HOY) PUMAS (MEX) 3 - 1 PEÑAROL (URU)	5.20	ENCUENTRO TERMINADO EN BRONCA COMENTAR LUEGO DE INDICACION EN INTERNO 4.45
MAU	BLOQUE PIERRS: COPA COFUT: CUARTOS DE FINAL IDA COLUMBIA CREW (EEUU) 0 – 6 MORELIA (MEX)	1.20	EL MORELIA CON GOL DE ROBERTO PALACIOS LOGRO CONTUNDENTE VICTORIA EN COPA DE CAMPEONES Y SUBCAMPEONES DE LA CONFEDERACION DE FUTBOL (CONFUT EX CONCACAF)
OMAR	BOXEO EN COMAS, ENTREVISTA A NIÑOS DE ACADEMIA DE EX BOXEADOR PROSPERO ODAR. CAMPAÑA COMAS Y LOS PUÑOS	1.00	
MAU	CORTE: RALLY DE TUNES	1.48	
	C O R T E I	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: BASQUET NBA	1.20	
OMAR	PREMIACION CON ALMUERZO DOBLE EN EL CATAMARAN: SR. PABLO NIEVAS SALHUANA	1.40	
MAU	CAMINOS DEL INCA: HENRY BRADLEY SERA EL ENCARGADO DE PROMOCIONAR LA COMPETENCIA FUERA DEL PAIS	1.33	SE DARA UN DIA LIBRE A LOS PILOTOS EN EL CUSCO PARA GENERAR EL TURISMO
OMAR	FEDERACION PERUANA DE FUTBOL Y MEDICAL TIMES FIRMARON CONVENIO PARA TRATAR A LOS DEPORTISTAS ASMTICOS, EL PROGRAMA SE LLAMARA “RESPIRE PERU”	2.35	(2 NOTAS)
	MARATHON SPORT MARCA DEPORTIVA OFRECE UN MILLON DE DOLARES A LA SELECCIÓN DE FUTBOL PARA LAS ELIMINATORIAS Y COPA AMERICA.	2.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	6.40	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	7.20	
NO FUTBOL	5.41	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 11/04/03 JUEVES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	3.00	
	(LIGO LA PRESENTACION DEL PROGRAMA CON GOLES DE PERÚ CONTRA CHILE)	1.46	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	
OMAR	NOTA CON EL CONGRESISTA VICTOR MANUEL NORIEGA ANUNCIA LEY DE PROMOCION DEL DEPORTE QUE LE DARIA RANGO DE MINISTRO AL JEFE DEL CONSEJO NACIONAL DEL DEPORTE	1.40	
MAU	UNIVERSITARIO - IRAN A LA ALTURA DE HUANCAYO PREVIO A SU COTEJO COPER EN BOLIVIA ANTE ORIENTE PETROLERO. LES DEBEN UN MES	1.59	
OMAR	JAVIER ASPAUZA. PDTE UNIVERSITARIO. DESCARGO	2.50	
MAU	RALLY HUARAL 2003 -LA PARTIDA SERA EN LA ACP. HAY MAS DE 26 PILOTOS	1.10	
OMAR	BLOQUE PIERR'S - EL CONSEJO MUNDIAL DE BOXEO INFORMO QUE LENOX LEWIS DEBE DAR LA FECHA DE LA REVANCHA CONTRA TYSON ANTES DEL 15 DE ABRIL	1.00	
MAU	CORTE: COPA DAVIS - MAÑANA INICIAN ELIMINATORIAS POR 4TOS DE FINAL DEL GRUPO MUNDIAL. ESPAÑA Y CROASIA - ESPAÑA CUENTA CON CARLOS MOYA. OTRAS LLAVES: ARGENTINA - RUSIA	0.46	
	C O R T E I	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO DE CORTE CON EL MONO BURGOS	0.57	
OMAR	COPA DAVIS ENLACE TELEFONICO. DESDE CANADA CON EQUIPO PERUANO	1.40	
MAU	COPA LIBERTADORES PARTIDOS DE HOY GRUPO 8: THE STRONGEST (BOL) 2 - 1 CRUZ AZUL (MEX) GRUPO 7: BOCA J. 2 - 2 COLO COLO (CHI)	1.55	
OMAR	FUTSAL INFORME DEL EVENTO	3.30	
MAU	BOXEO - VACACIONES UTILES ENTRENADOR PROSPERO ODAR TRABAJA CON LA NIÑEZ DE COMAS VACACIONES UTILES: ESCUELAS ESPECIALES CIERRAN VACACIONES UTILES CON JUEGOS RECREATIVOS EN LA EXPLANADA SUR DEL ESTADIO NACIONAL.	1.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

TIEMPOS.

FUTBOL NACIONAL

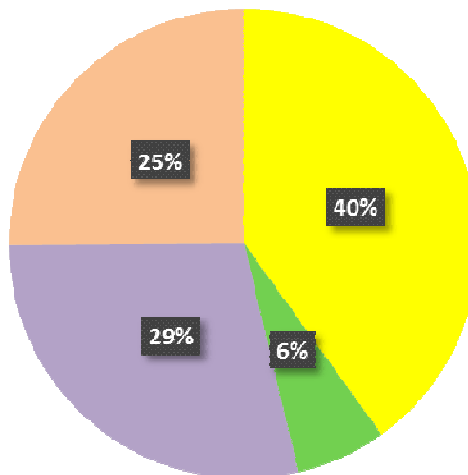
10.05

FUTBOL INTERNACIONAL

1.55

NO FUTBOL

7.16



EMISIÓN	14/04/03 LUNES	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CRONICA DE ACCIDENTE AUTO MOVILISTICO DE JUGADORES DE ESTUDIANTES DE MEDICINA. CON NOTAS	4.06	INFORME Y EDICION ROBERT MALCA
MAU	DECLARA SOBRE ACCIDENTE MARCO DE GIUSSEPPE BICA. ESTUDIANTES	2.00	
OMAR	ENOJADO POR COMO SE TRATO LA NOTICIA. DECLARA CESAR CHALACA GONZALES DT. ESTUDIANTES	2.00	
MAU	CORTE: FUTBOL ARGENTINO – FECHA 9. RIVER PLATE 2 – 1 INDEPENDIENTE / HUBO INCIDENTES DESPUES DEL PARTIDO	1.40	OTROS RESULTADOS: RACING 0- 1 BOCA, VELEZ 2 – 1 ESTUDIANTES (SIN JUAN PAJUELO. 1ERO RIVER (22 PTS), 2DO BOCA (22) 3RO VELEZ (22), 4TO ROSARIO CENTRAL (18), 5TO RACING (17)
	C O R T E I	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: COPA FA SEMIFINAL / ARSENAL 1 -0 UTD SOUH HAMPTON	1.20	ARSENAL JUGARA LA FINAL CON SOUH HAMPTON EL 17 DE MAYO
OMAR	CUADRO DE CONVOCADOS PARA AMISTOSO PERU VS PARAGUAY	0.30	JULIO GARCIA VOLVERA A LA SUB 20. ROVERANO SE RECUPERA
MAU	SOLO GOLES 6TA FECHA (LIGO PROGRAMACION DE LA 7MA FECHA)	1.30	TOTAL 11 GOLES. MUSICALIZADO
OMAR	POLEMICA U/CRISTAL GOL ANULADO	1.00	SOLAMENTE ESA JUGADA
MAU	UNIVERSITARIO: HAY DUDAS PARA ENFRENTAR AL NACIONAL , PROBLEMAS EN LA DEFENSA Y EL ATAQUE	2.00	PARTIDO ES EL MIERCOLES
OMAR	BLOQUE PIERRS: MASTER DE AUGUSTA – FINAL MIKE WEIR (CAN) DERROTO POR MUERTE SUBITA A LEN MATTIACE (EEUU)	1.10	GOLF: EL PRIMER SLAM DEL AÑO FUE GANADO POR EL CANADIENSE MIKE WEIR EN UN PLAY OFF DECIDIDO EN EL PRIMER HOYO POR MUERTE SUBITA, CONTRA EL ESTADOUNIDENSE LEN MATTIACE QUIEN NO PUDO EVITAR EL LLANTO TRAS LA DERROTA. EL FAVORITO TIGRE WOODS QUEDO RELEGADO AL PUESTO 15
MAU	AUTOMODELISMO. 1ERA FECHA DEL CAMPEONATO DE AUTOMODELISMO EN DAYTONA PARRK. GANADORES: LEONIDAS PONCE CAT 1/10 TAMAÑO NORMAL. ERICK GLABERT CAT 1/8	1.18	
OMAR	BEISBOL: PADRES DE FAMILIA SE PREPARAN PARA INAGURACION DE CAMPEONATO DE LA LIGA DE BEISBOL	1.00	PADRES APORTAN PARA PREPARACION DE ESTADIO
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

TIEMPOS.

FUTBOL NACIONAL

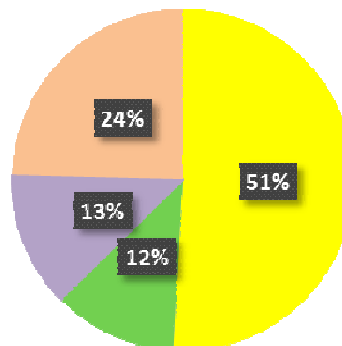
13.06

FUTBOL INTERNACIONAL

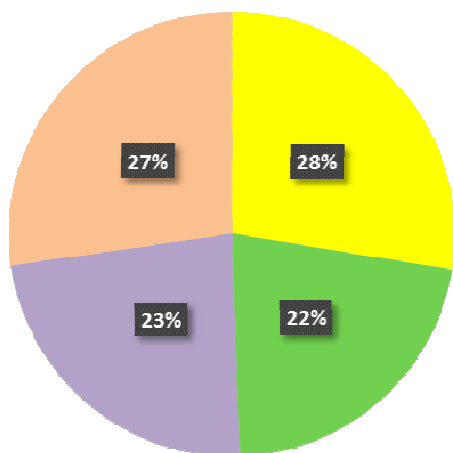
3.00

NO FUTBOL

3.28

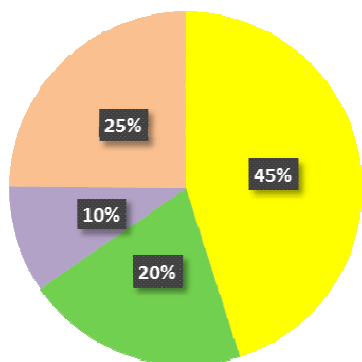


EMISIÓN 15/04/03 MARTES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	COPA LIBERTADORES GRUPO 2 CERRO PORTEÑO (PAR) 1 – 0 SPORTING CRISTAL (LIGO CUADRO DE POSICIONES DEL GRUPO 2)	3.05	CRISTAL ELIMINADO CON CATOLICA
MAU	UNIVERSITARIO DECLARACIONES EQUIPO CREMA QUEDO CONCENTRADO PARA ENFRENTAR MAÑANA MIERCOLES (5.10 PM) A NACIONAL DE URUGUAY EN PARTIDO QUE DEFINIRA SU CLASIFICACION A OCTAVOS DE FINAL DE LA COPA LIBERTADORES	2.47	SABEN QUE TIENE LA OBLIGACION DE GANAR Y ESTAN SEGUROS DE PODER HACERLO POR MAS DE DOS GOLES. EL EMPATE CLASIFICA A NACIONAL
OMAR	BLOQUE PIERRS: MICHAEL JORDAN SE RETIRA DEL BALONCESTO. TRAS 19 AÑOS DE CARRERA. PONDRÁ MAÑANA FIN ANTE LOS 76ERS DE FILADELFIA A SU CARRERA DE 19 AÑOS EN LA LIGA NACIONAL DE BALONCESTO (NBA) DE ESTADOS UNIDOS.	1.30	SERA SU PARTIDO 1,072 DESDE QUE JORDAN DEBUTO CON LOS CHICAGO BULLS EN LA CAMPAÑA 1984 - 85
MAU	JUEGOS PANAMERICANOS. IPD PRESENTO A 1ER GRUPO DE DEPORTISTAS CLASIFICADOS A LOS JUEGOS PANAMERICANOS DE SANTO DOMINGO	1.17	
OMAR	HACE MENCION: MAÑANA ES EL DIA MUNDIAL DE LA VOZ, SE REALIZARÁ CAMPAÑAS DE CÓMO CUIDAR LA VOZ A PARTIR DE LAS 2 DE LA TARDE EN EL JOCKEY PLAZA DE SAN MIGUEL, LARCO MAR	1.00	
	CORTE: FORMULA 1. FERRARI SE SIGUE PREPARANDO PARA LA 4TA CITA EN SAN MARINO. ITALIA	0.40	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: LEVANTAMIENTO DE PESAS	1.00	
MAU	ALIANZA LIMA/ GUSTAVO COSTAS EL NUEVO ENTRENADOR DE ALIANZA LIMA, ESTARA LLEGANDO EL JUEVES, MIENTRAS TANTO EL EQUIPO SIGUE PREPARANDOSE BAJO LA DIRECCION DE JULIO GARCIA CON MIRAS AL ENCUENTRO CON ATLETICO UNIVERSIDAD POR LA 7MA FECHA DEL TORNEO APERTURA	3.50	JULIO GARCIA VOLVERA A LA SUB 20. ROVERANO SE RECUPERA
OMAR	JUVENTUS Y AC MILAN JUGARAN LA FINAL EL MIERCOLES 28 DE MAYO EN OLD TRAFFORD/ RONALDO JUGO SOLO EN EL 2DO TIEMPO	2.00	
MAU	GOLES DE RONALDO	2.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	6.37	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	5.05	
NO FUTBOL	5.37	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

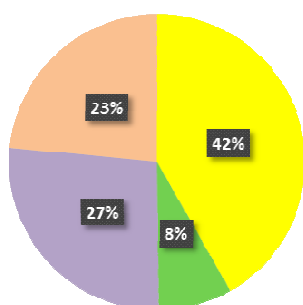
EMISIÓN 16/04/03 MIERCOLES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIE MP	OBSERV
	LIGO A TRAFICO PROMOCION DE CLASICO	1.20	
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
OMAR ROB OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE CUADROS ELIMINATORIAS ALEMANIA 2006	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA 1ERA Y 2DA RONDA (VARIOS CUADROS)
ROB	PAULO AUTUORI TECNICO DE LA SELECCIÓN REAFIRMA LA PRESENCIA DE CIURLIZZA Y AFIRMA QUE MAESTRI NECESITA EQUILIBRIO MENTAL	1.47	
OMAR	FECHA 11 APERTURA (PENDIENTE) D. WANKA 1 – 2 BOLOGNESI	1.00	BANER OLIMPIKUS
ROB	UNIVERSITARIO. VUELVE SOTIL Y POMAR PARA EL CLASICO.	1.20	CHEMITO YA ESTA RECUPERADO Y ESTARA EN LA LISTA DE CONCENTRADOS
OMAR	CONFERENCIA DE JOSE SOTO. CAPITAN DE ALIANZA HABLA DEL CLASICO Y DE LA POSIBILIDAD DE VOLVER A JUGAR EN HUANCAYO ANTE EL WANKA	0.56	
ROB OMAR	MI BALON ... HACER PREGUNTA BLOQUE PIERRS: LIGA DE CAMPEONES SEMIFINAL (VUELTA) JUVENTUS 3 – 1 REAL MADRID	2.38	
ROB	CORTE: REACCIONES DT REAL MADRID VICENTE DEL BOSQUE	2.34	
	C O R T E I	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: PROMO CLASICO	1.20	
OMAR	CENTRUM MENCION ... ADEMAS MENCIONAR AL GANADOR DEL DIA DE AYER JUAN REYES LOPEZ DE V EL SALVADOR	1.00	ENSEÑA CANGURO CENTRUM
ROB	OLIMPIKUS: MASTERS SERIES HAMBURGO 2DA RONDA. AVANZARON G KUERTEN (BRA) Y LEYTON HEWITT (AUST) (PONER INSERT)	1.09	KUERTEN DERROTO AL RUSO NICOLAI DAVYDENKO POR 7-5 Y 6-0. LEYTON HEWILT DERROTO A ARNOLD CLEMENT POR 6-7, 6-4, 7-6
OMAR	INFORME 2DA DIVISION	1.30	HAY DOS PUNTEROS VILLA DEL MAR Y AELU
ROB	COPA FOX KIDS. FUTBOL FEMENINO ROOSEVELT LE GANO 3 A 1 A RAMIREZ BARINAGA Y CLASIFICO PARA JUGAR LA FINAL EN HOLANDA --- ESTE SABADO HAY UN OPEN DE KICK BOXING EN LA PERLA SQUASH . COPA HEIWEKEN. HUGO DELGADO FUE EL CAMPEON LE GANO A ANGEL FERNANDEZ 2-1	2.30 0.40 1.00	
OMAR	COPA LIBERTADORES CORINTIANS 1 – 2 RIVER	1.40	
OMAR ROB	DESPIDEN PROGRAMA GANADOR DE CENTRUM. HOY ANTONIO LOPEZ CUYA. ANCON		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	11.44	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	5.14	
NO FUTBOL	2.49	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 17/04/03 JUEVES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERVACIONES
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CONFERENCIA MANUEL BURGA PRESIDENTE FPF HABLA DE SU REUNION CON LOS PDTEs DE LA CONMEBOL EN LA FIFA Y LA PROPUESTA DE 36 EQUIPOS PARA EL MUNDIAL 2006	2.52	POR OTRO LADO: PERU VS ECUADOR EL 12 DE JUNIO EN NEW JERSEY (EEUU)
MAU	S. BOY PABLO DE LA HAZA REEMPLAZARA A CORCUERA Y MATELINI A ARAHUJO	1.30	
OMAR	NOTA A PEDRO GARCIA GOLEADOR DE A.ATLÉTICO HABLA DEL TRIUNFO A A. LIMA Y LA BUENA CAMPAÑA DEL EQUIPO CON TEDY CARDAMA	1.26	
MAU	BLOQUE PIERS: LIGA DE CAMPEONES / SEMIFINAL / IDA: REAL MADRID 2 – 1 JUVENTUS	1.40	MAÑANA JUEGA AC MILAN - INTER
OMAR	MENCION CENTRUM PREGUNTA AL TELEVIDENTE		COMENTARIO BREVE
MAU	VOLEY DESAFILIACIÓN DE LUIS MORENO DE LA PRESIDENCIA DE LA CONFEDERACION SUDAMERICANA DE VOLEY TRAE COLA	2.00	
OMAR	AMATEURS: ATLETISMO 1ERA CARRERA DEL PAN LIMA – CALLAO POR LA AV ARGENTINA GANARON GOVIN CONDOR Y JULIA RIVERA. EN CATEG PANADEROS GANO EDMUNDO TORRES (HYO) VOLEY: 6TA FECHA TORNEO CLASIFICATORIO A LA LIGA NACIONAL SUPERIOR DEL VOLEY MASCULINO DEPORTIVO	1.50	WANKA ESTA DE PUNTERO CON 12 PTS (HAY CUADROS)
MAU	CORTE		
	C O R T E 2	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO	0.28	
OMAR	BLOQUE OLIMPIKUS BREVES: LOS JUGADORES DE FUTBOL MAS CAROS Y SUS SUELDOS	1.25	PONER INSERTO
	VOLEY ARGENTINA INHABILITADA EN COMPETENCIAS INTERNACIONALES	0.40	
	SAN LUIS DE ROBERTO SILVA SE QUEDO SIN TECNICO	0.50	
MAU	2DA DIVISION PRIMERA FECHA SE JUEGAN CON 13 EQUIPOS (3 MENOS QUE EL 2002) HAY 5 PUNTEROS SOMOS ADUANAS, AELU, COOPSOL, CRISTAL B, VILLA DEL MAR	1.05	MUNICIPAL PERDIO EN EL DEBUT (SE MUESTRAN CUADROS)
OMAR	GANADOR LAMINAS PRO FILM CESAR ARRASCUE	1.08	
MAU	PROGRAMA RESPIRE PERÚ CONVENIO CON EL IPD Y LAS FEDERACIONES DEPORTIVAS PARA DEPORTISTAS QUE SUFREN ASMA	1.06	RESPIRE PERÚ PATROCINADO POR EL LABORATORIO GLAXO SMITH KLINE
OMAR	ENLACE TELEFONICO CON PRESIDENTE UNIVERSITARIO	3.00	
MAU OMAR	LEER CORREOS (4) SOBRE GESTIÓN MANUEL BURGA FRENTE DE FPF	1.30	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	11.23	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	2.15	
NO FUTBOL	7.16	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS



EMISIÓN	20/04/03 DOMINGO	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEM P	OBSERV
	PRESENTACIÓN COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CUADRO RESULTADO 7MA FECHA	0.40	
MAU	S. CRISTAL 6 - 1 UNION HUARAL LIGO NOTAS	6.30	
OMAR	CORTE: FUTBOL MEXICANO / FECHA 15 MORELIA 4 - 0 SANTOS. PUMAS 2 - 2 SAN LUIS	2.00	GOL DE ROBERTO SILVA EN SAN LUIS / PALACIOS JUGO EN MORELIA EL SABADO / NECAXA SIN JUAN REYNOSO CAYO DE VISITA ANTE ATLANTE 1-4 QUERETARO DE URIBE CAYO DE LOCAL ANTE CRUZ AZUL 0-1
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: FALLECIO EL PILOTO JAPONES DAIJIRO KATO, TRAS ACCIDENTE EN MUNDIAL DE MOTOCICLISMO EN SUZUOKA	1.30	KATO (27) SE ACCIDENTO EL 6 DE ABRIL EN LA PRIMERA FECHA DEL MUNDIAL GRAN PREMIO DE JAPON
MAU	MELGAR 0 - 0 UNIVERSITARIO	2.34	
OMAR	D. WANKA 0 - 0 S. BOYS LIGO NOTAS	2.20	
MAU	BLOQUE PIERR'S: FORMULA 1 - GRAN PRIX DE SAN MARINO (ITALIA), MICHAEL SCHUMACHER GANO, PERO NO TUVO MOTIVO PARA CELEBRAR	1.30	CUARTA FECHA DEL CAMPEONATO MUNDIAL DE FORMULA 1/ 1 MICHAEL SCHUMACHER, 2 KIMMI RAIKKONEN, 3 RUBENS BARRICHELLO.
OMAR	ESPECIAL ALBERTO ROSSEL DERROTO AL RANQUEADO LIBORIO ROMERO (MEX) EN CALIFORNIA	0.50	
MAU	CORTE: TENIS MASTERS DE MONTECARLO FINAL. JUAN CARLO FERRERO (ESP) SE QUEDO CON EL TITULO AL VENCER A GUILLERMO CORIA (ARG) POR 6-2 Y 6-2	1.20	JUAN CARLO FERRERO GANO POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO ESTE TORNEO
	C O R T E 2	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: TENIS TORNEO DE AMELIE ISLAND (FLORIDA) FINAL / ELENA DEMENTIEVA (RUS) DERROTO A LINDSAY DAVENPORT POR 4-6, 7-5, 6-3	1.50	
OMAR	ALIENZA LIMA 1-0 A UNIVERSIDAD. LIGO NOTAS	5.30	
MAU	POLEMICA CLASICO	4.00	
OMAR	A ATLETICO - ESTUDIANTES MEDICINA. LIGO NOTAS	2.37	
MAU	CORTE CON BASKET NBA / PLAY OFF	1.00	
	C O R T E 3	3.00	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: BASKET NBA PLAY OFF	0.30	
MAU	BOLOGNESI - CIENCIANO LIGO CUADRO POSICIONES - GOLEADORES - PROXIMA FECHA - GOL DE LA FECHA	3.40	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

TIEMPOS.

FUTBOL NACIONAL

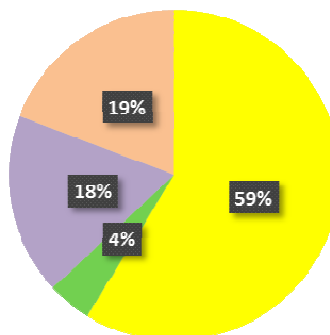
27.51

FUTBOL INTERNACIONAL

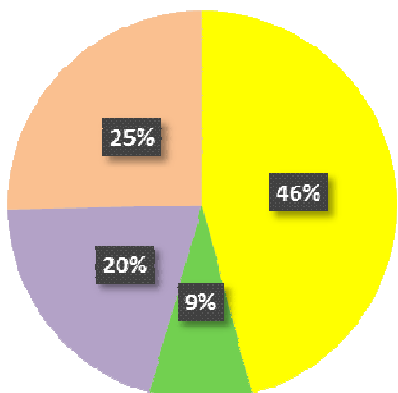
2.00

NO FUTBOL

8.30



EMISIÓN 21/04/03 LUNES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIE MP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	SOLO GOLES. 7MA FECHA S. CRISTAL 6 – 1 U. HUARAL A. LIMA 1 – 0 A. UNIVERASIDAD A. ATLETICO 1 – 0 E. MEDICINA BOLOGNESI 2 – 1 CIENCIANO	2.00	TOTAL 12 GOLES
MAU	VIOLENCIA EN EL FUTBOL ARGENTINO. ENFRENTAMINETO ENTRE HINCHAS DE RIVER PLATE Y NEWELL OLD BOYS	0.40	HUBIERON 2 MUERTOS, 15 HERIDOS Y 450 DETENIDOS
OMAR	ALIANZA LIMA ENFRENTARA AL BOLO EN TACNA Y PARA EL FIN DE SEMANA ANTE CRISTAL VOLVERA SOTO Y TAGLIANI	2.20	
MAU	S. CRISTAL RESPETA AL MELGAR Y NO SE CONFIA EN LOS 6 GOLES QUE METIERON A HUARAL. LIGO NOTAS	2.17	MAESTRI SUPERO SU LESIÓN
OMAR	ATLETA PATRICIA RIESCO HIZO MARCA MINIMA PARA ASISTIR A PANAMERICANOS DE CHILE	1.20	ESTAMPO EN PRIMER CONTROL 13 SG.
MAU	-VII GRAN COPA FUTSAL. LOS NIÑOS DE LA COPA Y LAS NOVEDOSAS REGLAS.	1.34	PADRES DE FAMILIA INAGURAN 2 CAMPOS DE BEISBOL PARA MENORES.
	-BEISBOL. EQUIPÓ DE KUYO LOGRO TITULO DEL APERTURA CAT. JUNIOR AL DERROTAR A LEONES POR 7 A 5, SU MEJOR JUGADOR SUSUMO YOSA SE VA A JAPÓN.	1.00	
OMAR	MENTIÓN ZAPATOS RAGGIO		VTR ZAPATOS
MAU	CORTE. TENIS TORNEO DE AMERICA ISLAND (FLORIDA) FINAL	1.21	ELENA DEMENTIEVA (RUS) DERROTO A LINDSAY DAVENPORT (EEUU) 4-6, 7-5,6-3
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO. FUTBOL ALEMAN	0.40	
MAU	ESPECIAL: BOXEADOR PERUANO ROSSEL ROSSEL 7MO EN CAT MOSCA DE LA NORTH AMERICAN BOXING FEDERATION.	1.20	DERROTO A LIBORIO ROMERO CAMPEÓN DE LA FEDERACIÓN CENTROAMERICANA DE BOXEO PROFESIONAL.
OMAR	BLOQUE PIERR'S. LIGA PREMIER. JORNADA 35. CHELSEA 4 – 1 EVERTON	0.50	NEWCASTLE DE LOCAL EMPATO 1 – 1 CON ASTON VILLA. SOLANO ANOTO GOL DE TIRO LIBRE.
MAU	GANADOR SANA SPA. CARLOS MACEDO	1.25	
OMAR	UNIVERSITARIO. EDWARD CAMPOS REEMPLAZARA AL CHETA DOMINGUEZ ESTE MIERCOLES ANTE BOYS (NOTAS)	1.37	
MAU	PROGRAMA BUSCANDO LA SUB 17 DE LA FPF Y TELEFONICA ORGANIZAN TALLER DE PERFECCIONAMINETO PARA ENTRENADORES Y DIRIGENTES	1.10	
	MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL Y CLUB MUNICIPAL (MUNI) FIRMAN CONVENIO	0.40	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



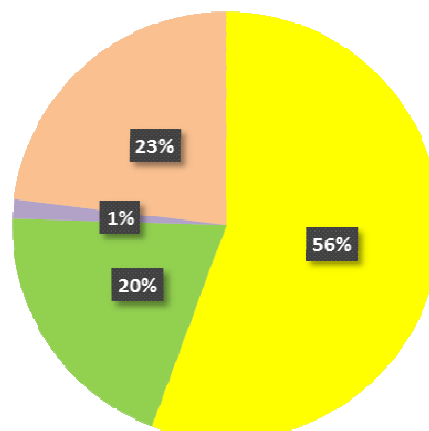
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	11.38	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	2.10	
NO FUTBOL	5.01	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 22 / 04 / 03 MARTES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE		REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	UNIVERSITARIO. DEBUTARA RENZO GONZALES. CAMPOS REEMPLAZARÁ A DOMINGUEZ Y EL PUMA LE PONE PUNTO FINAL A SU PROBLEMA CON LA DIRIGENCIA. MAÑANA ENFRENTA A BOYS.	2.40	LIGO NOTAS
MAU	CASO JUAN MONTERO. VOLANTE SE LESIONÓ JUGANDO POR EL WANKA Y FUE ABANDONADO POR DIRIGENTES DE LA U POR NO SER ATENDIDO A TIEMPO. HABLAN LOS DIRIGENTES	1.50	
OMAR	S. BOYS. ARGENTINO FORNICA SERÁ REEMPLAZANTE DEL SUSPENDIDO CARMONA. ELLOS VAN POR EL TRIUNFO ANTE LA U.	1.50	LIGO NOTAS
MAU	CRISTAL. MANTENDRÁ EL MISMO EQUIPO QUE GOLEO AL HUARAL. NO SE CONFIAN DEL MAL MOMENTO DEL MELGAR Y ASEGURAN ALCANZAR LA PUNTA ESTA SEMANA	2.00	LIGO NOTAS
OMAR	NOTA A CARLOS ZEGARRA Y SU POSIBLE PASO AL FUTBOL EUROPEO	1.50	
MAU	PIERR'S. LIGA DE CAMPEONES 4TOS DE FINAL. BARCELONA 1 2 JUVENTUS (ITA) VALENCIA 2 1 INTER (ITA)	2.55	
OMAR	CORTE		
	C O R T E 1	2.30	
	REGRESO		
OMAR	INFORME FUTBOL FEMENINO. TODO LISTO PARA ENFRENTAMIENTO DE MAÑANA EN EL MONUMENTAL A LAS 3.30 PERÚ – COLOMBIA.	1.19	
MAU	INFORME SOBRE ENFRENTAMIENTOS DE BRASIL ARGENTINA. SE ENFRENTAN EN BRASIL TRANSMISIÓN SERÁ A LAS 1.30	1.47	
OMAR	INFORME DE FOX SOBRE LA SELECCIÓN DE BRASIL	1.00	
MAU	PROGRAMA DE TELEFONICA ANUNCIA TALLER DE PERFECCIONAMIENTO PARA ENTRENADORES Y DIRIGENTES DE FUTBOL	1.50	
OMAR	FORMULA 1. EL COLOMBIANO JUAN PABLO MONTROYA LLEGÓ A ESPAÑA PARA PARTICIPAR EN MUNDIAL DE F-1	0.40	
MAU	LECTURA DE CORREOS. TEMA: EL TELEVIDENTE OPINA. SITUACIÓN DEL FUTBOL NACIONAL.	2.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

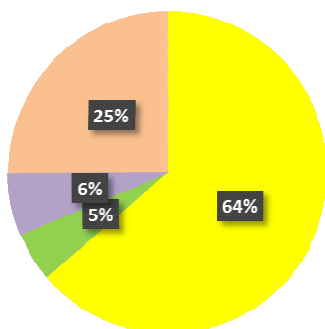
TIEMPOS.

FUTBOL NACIONAL
FUTBOL INTERNACIONAL
NO FUTBOL

15.19
5.42
0.40

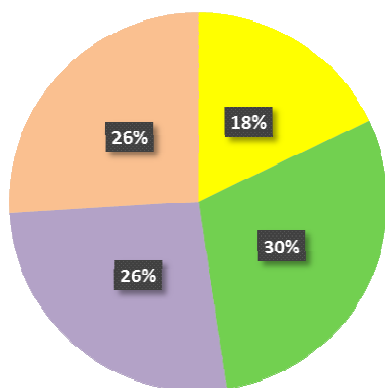


EMISIÓN 23/04/03 MIERCOLES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE		REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CUADRO DE TODOS LOS RESULTADOS 8VA LA FECHA	1.00	TOTAL GOLES
MAU	S. CRISTAL 4 0 MELGAR (LIGO NOTAS)	1.50	
OMAR	D. WANKA 1 2 A. ATLETICO (LIGO NOTAS)	1.40	
MAU	A. UNIVERSIDAD 0 1 E. MEDICINA	2.15	
OMAR	CALZADO RAGGIO SLOGAN: CALZADO RAGGIO INSTINTO DE SUPERACIÓN. CALZADO PURO DE CUERO. IDENTIFICALO POR LA DOBLE G	1.00	PRESENTA PRODUCTO. ANUNCIA CONCURSO
MAU	BLOQUE PIERR'S LIGA DE CAMPEONES/ CUARTOS DE FINAL/ VUELTA MANCHESTER UTD (ING) 4 – 3 REAL MADRID (ESP) MILAN AC (ITA) 3 2 AJAX (HOL) EN SEMIFINALES: REAL MADRID ENFRENTARA A JUVENTUS, MIENTRAS MILAN SE VERA CON INTER.	1.25	LOS PARTIDOS DE IDA SE JUGARAN ENTRE 6 Y 7 DE MAYO. RONALDO ANOTO LOS TRES PRIMEROS GOLES DEL MADRID. BECKHAM ENTRO EN EL 2DO TIEMPO Y ANOTO DOS GOLES.
OMAR	CORTE. NOTA A JUAN MONTERO VOLANTE DE UNIVERSITARIO ABANDONADO POR LESIÓN POR LOS DIRIGENTES. NO PUDO FIRMAR POR LA U POR NO SER ATENDIDO A TIEMPO	1.00	
MAU	CORTE. NOTA DE FOX. EL PODER DE LAS HERMANAS WILLIAMS	0.45	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO. LOS AUTOS MAS RAPIDOS DEL PLANETA	1.10	
MAU	UNIVERSITARIO S. BOYS	1.50	
OMAR	U. HUARAL 0 0 CIENCIANO (LIGO CUADRO DE POSICIONES, GOLEADORES, PROXIMA FECHA) GOL DE LA FECHA	1.00	
MAU	CAMPEONATO SUDAMERICANO DE FUTBOL FEMENINO PERÚ 0 1 COLOMBIA BRASIL 3 2 ARGENTINA	1.38	
OMAR	COPA LIBERTADORES/ 8VOS DE FINAL. IDA CERRO PORTEÑO 0 1 IND. MEDELLIN (COL) NACIONAL (URU) 4 4 SANTOS DE BRASIL	1.00	
MAU	PROGRAMA BUSCANDO LA SUB 17. FEDERACION DE FUTBOL Y TELEFONICA ORGANIZO TALLER DE PERFECCIONAMIENTO PARA ENTRENADORES Y DIRIGENTES.	1.27	SE FIRMO CONVENIO ENTRE MUNICIPALIDAD DE SAN MIGUEL Y DEPORTIVO MUNICIPAL PARA UTILIZAR ESTADIO ADOLFO MAGALLANES.
OMAR	FREDDY TERNERO, EX FUTBOLISTA. ANUNCIA INICIO DE CLASES DE SU ACADEMIA EN EL ESTADIO GUADALUPANO DE LOS OLIVOS.	1.20	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



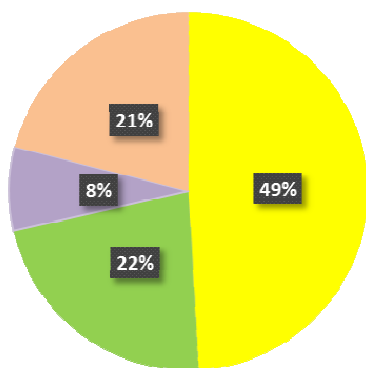
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	16.00	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	1.25	
NO FUTBOL	1.55	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 24/04/03 JUEVES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	ALIANZA LIMA. TRAS SALIDA DE CHEPE, A LIMA TRABAJO ESTA TARDE A PUERTA CERRADA BAJO LA DIRECCION INTERINA DE JULIO GARCIA	2.05	JUGADORES CONSIDERAN QUE TODOS SON CULPABLES DEL ACTUAL MOMENTO
MAU	COPA LIBERTADORES GRUPO 8 THE STRONGEST (BOL) 0 – 2 CORINTHIANS (BRA)	0.40	
OMAR	COPA LIBERTADORES. GRUPO 5 PUMAS (MEX) 3 - 1 PEÑAROL (URU)	5.20	ENCUENTRO TERMINADO EN BRONCA COMENTAR LUEGO DE INDICACION EN INTERNO 4.45
MAU	BLOQUE PIERRS: COPA COFUT: CUARTOS DE FINAL IDA COLUMBIA CREW (EEUU) 0 – 6 MORELIA (MEX)	1.20	EL MORELIA CON GOL DE ROBERTO PALACIOS LOGRO CONTUNDENTE VICTORIA EN COPA DE CAMPEONES Y SUBCAMPEONES DE LA CONFEDERACION DE FUTBOL (CONFUT EX CONCACAF)
OMAR	BOXEO EN COMAS, ENTREVISTA A NIÑOS DE ACADEMIA DE EX BOXEADOR PROSPERO ODAR. CAMPAÑA COMAS Y LOS PUÑOS	1.50	
MAU	CORTE: RALLY DE TUNES	1.48	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: BASQUET NBA	1.20	
OMAR	PREMIACION CON ALMUERZO DOBLE EN EL CATAMARAN: SR. PABLO NIEVAS SALHUANA	1.40	
MAU	CAMINOS DEL INCA: HENRY BRADLEY SERA EL ENCARGADO DE PROMOCIONAR LA COMPETENCIA FUERA DEL PAIS	1.43	SE DARA UN DIA LIBRE A LOS PILOTOS EN EL CUSCO PARA GENERAR EL TURISMO
OMAR	FEDERACION PERUANA DE FUTBOL Y MEDICAL TIMES FIRMARON CONVENIO PARA TRATAR A LOS DEPORTISTAS ASOMATICOS, EL PROGRAMA SE LLAMARA "RESPIRE PERU"	1.35	(2 NOTAS)
	MARATHON SPORT MARCA DEPORTIVA OFRECE UN MILLON DE DOLARES A LA SELECCIÓN DE FUTBOL PARA LAS ELIMINATORIAS Y COPA AMERICA.	1.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	4.35	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	7.20	
NO FUTBOL	6.41	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

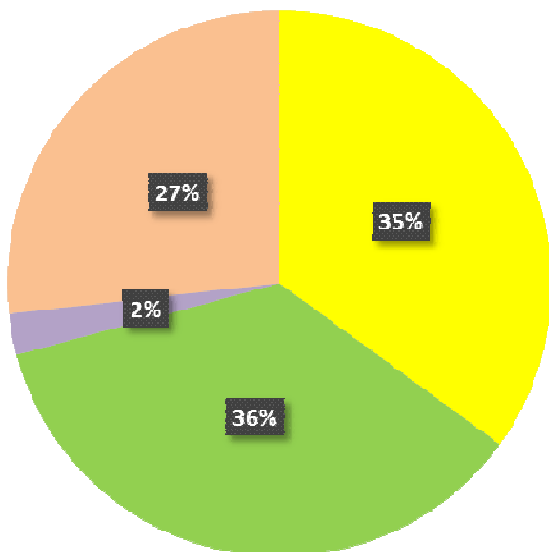
EMISIÓN 27/04/03 DOMINGO		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
	LIGO CLIP SELECCIÓN PERUANA	1.50	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	2.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CUADRO DE RESULTADOS DE LA 9NA FECHA	0.40	TOTAL 11 GOLES
MAU	9NA FECHA A . LIMA 3 – 0 S. CRISTAL (LIGO NOTAS)	7.30	
OMAR	JUGADAS POLEMICAS A. LIMA – CRISTAL	3.00	COMENTAR
MAU	A.ATLÉTICO 1 – 1 BOLOGNESI	2.05	
OMAR	MENTIÓN CENTRUM		
MAU	CORTE FUTBOL MEXICANO. JORNADA 16 SAN LUIS 0 – 3 VERACRUZ / NECAXA 3 – 0 MORELIA QUERETARO DE URIBE (PUESTO 17 DE 20) EMPATO DE VISITA A CERO CON COLERO UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.	2.25	EN NECAXA JUAN REYNOSO FUE CAMBIADO EN EL 2DO TIEMPO. EN MORELIA ROBERTO PALACIOS NO ALINEO
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: COPA MUNDIAL DE TABLA EN JOHANNA BEACH (AUSTRALIA) SE IMPUSO ANDY IRONS (EEUU)	1.10	
OMAR	S. BOYS 5 – 0 U. HUARAL	4.10	
MAU	CIENCIANO 2 – 0 A. UNIVERSIDAD	2.37	
OMAR	ESTUDIANTES 0 – 1 UNIVERSITARIO	2.00	
MAU	CORTE: ABIERTO DE HOUSTON (EEUU). FINAL. ANDRE AGASSI (EEUU) DERROTO A ANDY RODDICK (EEUU) POR 3-6, 6-3, 6-4	1.00	
	C O R T E 2	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: TORNEO CONDE DE GODO (ESPAÑA) FINAL. CARLOS MOYA (ESP) GANO A MARAT SAFIN (RUS). EL RUSO ABANDONO CUANDO PERDIA 5-7, 6-2, 6-2, 3-0	0.40	
MAU	MELGAR 1 – 1 WANKA (LIGO TABLAS) Y GOL DE LA FECHA	2.50	POSICIONES, GOLEADORES, PROXIMA FECHA
OMAR	BLOQUE PIERR'S BUNDESLIGA. JORNADA 30: WOLFSBRUGO 0 – 2 BAYERN MUNICH.	1.00	PIZARRO ANOTO 2DO GOL EN MIN 83
MAU	LIGA PREMIER. JORNADA 36: BOLTON 2 – 2 ARSENAL SUDERLAND 0 – 1 NEWCASTLE TOTTENHAM 0 – 2 MANCHESTER UNITED	1.55	SOLANO ANOTO GOL DE PENAL MIN 43
OMAR	MENTION RAGGIO		
MAU	CORTE. GRAN PREMIO DE SUDAFRICA DE MOTO GP. SETE GIBERNAU (ESP) TRIUNFO	0.37	SE RECORDO A DAIJIRO KATO (JAP)
	C O R T E 3	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO. MARATON POPULAR DE MADRID. SE IMPUSIERON LOS KENIANOS HENRY TARUS Y JEPKOECH RUTH	0.40	
OMAR	ESPECIAL. LOS 13 GOLES DE CLAUDIO PIZARRO	2.00	
MAU	PURO GOLES DE COPA LIBERTADORES 8VOS DE FINAL	4.40	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



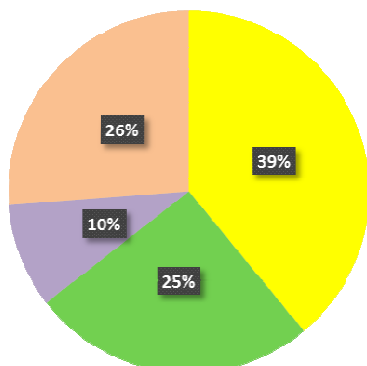
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	26.42	NOTAS AUSPICIAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	12.00	
NO FUTBOL	4.07	
COMERCIAL	11.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN	28/04/03 LUNES	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
	LIGO CLIP ALIANZA- CRISTAL	0.44	
MAU OMAR	SALUDO COMENTARIOS BREVES	1.30	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
MAU	TODOS LOS GOLES 9NA FECHA APERTURA	1.27	MUSICALIZADO
OMAR	SELECCIÓN ENTRENARON CON LOS EXTRANJEROS SOLANO NO VENDRA Y PALACIOS LESIONADO NO JUGARA ANTE PARAGUAY. QUINTEROS SERA REEMPLAZO DE PALACIOS	1.14	
MAU	PARAGUAY LLEGO ANOCHE. HOY ENTRENARON EN EL MONUMENTAL Y MAÑANA RECONOCERAN EL CAMPO PRINCIPAL	1.35	NOTA CON JUGADORES
OMAR	PARAGUAY. NOTA CON EL ENTRENADOR	1.50	
MAU	SUB 17 MAÑANA VIAJAN A BOLIVIA	1.40	
OMAR	MENTION CENTRUM		
MAU	CORTE. CAMPEONATO MUNDIAL DE MOTO GP	0.58	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO. CARLOS BILARDO ASUMIO DIRECCIÓN TECNICA DE ESTUDIANTES (ARG) DONDE MILITA PERUANO JUAN PAJUELO	0.38	
MAU	MENTIÓN RAGGIO		
OMAR	PIERR'S. LIGA PREMIER. JORNADA 36	1.00	
MAU	NOTA ESPECIAL GUSTAVO COSTAS	1.47	
OMAR	ARTURO WOODMAN PRESIDENTE COPA AMERICA 2004	1.50	
MAU	GUIDO ALVARENCIA. EX UNIVERSITARIO	1.00	
OMAR	JULIO CESAR ANTON EX SELECCIONADO. ENTREVISTA	2.20	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	8.25	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	8.40	
NO FUTBOL	0.58	
COMERCIAL	6.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

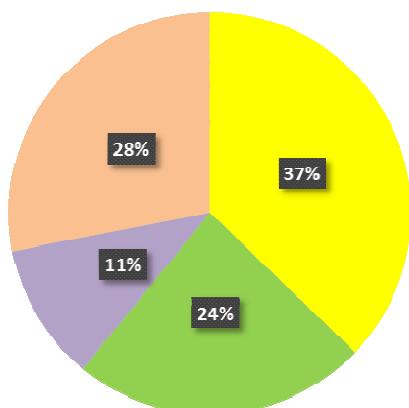


EMISIÓN 29/04/03 MARTES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEM P	0BSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
	LIGO CLIP PERÚ	1.50	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	2.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	SELECCIÓN: TECNICO DE LA SELECCIÓN DIO A CONOCER EL EQUIPO TITULAR ANTE PARAGUAY. PIZARRO, MENDOZA Y FARFAN IRAN DESDE EL ARRANQUE. DECLARA DT SELECCIÓN PAULO AUTUORI	1.50	
MAU	SUB 17. HOY VIAJARON A BOLIVIA DEBUTAN EN TORNEO SUDAMERICANO VIERNES 2 JUEGAN CON BOLIVIA	1.20	
OMAR	NOTA: ARTURO WOODMAN PRESIDENTE COMISION COPA AMERICA 2004 Y MUNDIAL SUB 17 PARA EL 29 DE JULIO DEL 2004 SE TIENEN PREVISTOS REALIZAR UN POSIBLE PARTIDO ENTRE EL CAMPEÓN DE EUROCOPIA EL DE AMÉRICA	2.00	
MAU	PIERR'S. PREVIOS A PARTIDOS AMISTOSOS INTERNACIONALES DE MAÑANA. MAS DE 16 PARTIDOS AMISTOSOS INTERNACIONALES. EN MEXICO LOS AZTECAS RECIBEN A BRASIL SIN EL SUSPENDIDO ROBERTO CARLOS	1.00	
OMAR	MENTIÓN CENTRUM		
MAU	CORTE: FORMULA 1, ELF 2003 GA DE FERRARI SE PRESENTA ESTE FIN DE SEMANA EN EL GRAN PREMIO DE ESPAÑA. LA MAQUINA ES CONOCIDA COMO TIBURON ROJO	0.58	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO: ACCIDENTES EN CIRCUITO BELGA DE TUNDRY Y EN LA NASCAR DE CALIFORNIA	0.28	
MAU	MENTION RAGGIO		
	“AHORA CON EL DT DE EL COMERCIO, VIVE MÁS DE CERCA TODOS LOS DEPORTES. TODOS LOS LUNES, DISFRUTA DEL NUEVO DT EN UNA EDICIÓN DE 24 PAGINAS CON MÁS INFORMACIÓN Y MUCHAS PROMOCIONES”		MENTIÓN DEPORTE TOTAL (DT) DEL COMERCIO
OMAR	IV SUDAMERICANO DE FUTBOL FEMENINO, CLASIFICARON AL MUNDIAL DE CHINA BRASIL Y ARGENTINA. BRASIL 12 – 0 COLOMBIA PERÚ 1 – 1 ARGENTINA	1.50	LIGO NOTAS
MAU	AMATEURS: TAE KWON DO - TRIATLON	1.00	
OMAR	COPA LIBERTADORES. OCTAVOS DE FINAL AMERICA DE CALI (COL) – RACING (ARG)	0.50	
MAU	FREDDY TERNERO EX FUTBOLISTA ANUNCIA INICIO DE CLASES DE SU ACADEMIA EN EL ESTADIO GUADALUPANO DE LOS OLIVOS	2.40	
	ESPECIAL FAUSTINO ASPRILLA EN U DE CHILE	2.30	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



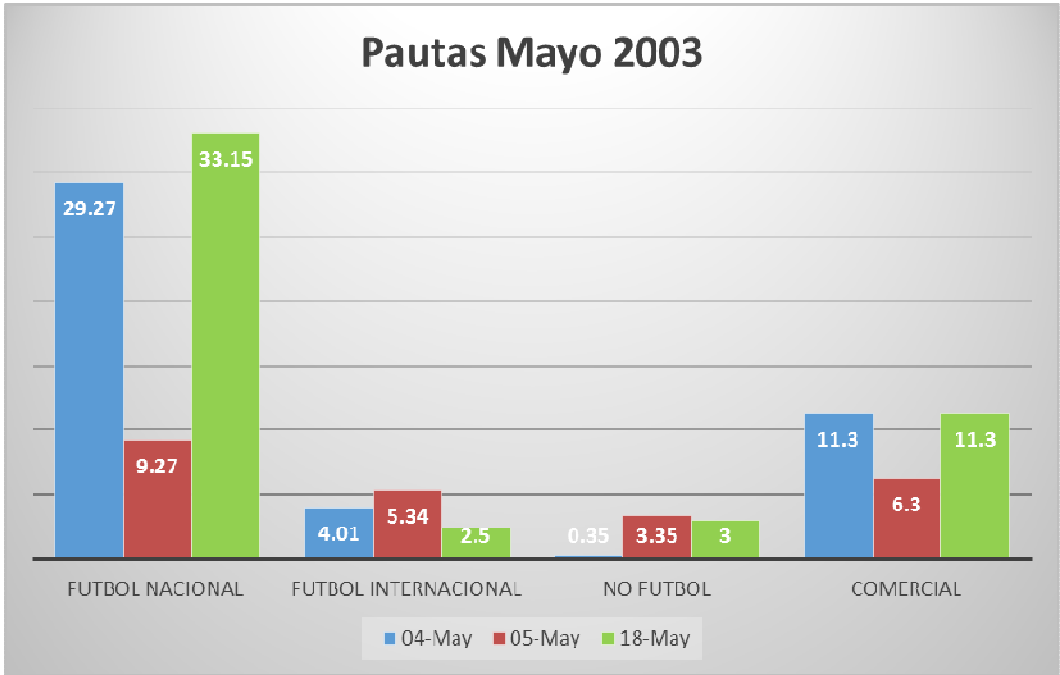
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	9.40	NOTAS AUSPICIAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	6.10	
NO FUTBOL	2.26	
COMERCIAL	6.30	CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS

EMISIÓN 30/04/03 MIERCOLES		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	AMISTOSO PERÚ VS PARAGUAY	2.30	
MAU	ALIANZA LIMA HOY VIAJO A TACNA (LIGO NOTAS)	2.25	
OMAR	UNIVERSITARIO. JUGADORES SIGUEN EN HUELGA (LIGO PARTIDOS DE LA FECHA)	2.40	
MAU	BLOQUE PIERR'S. AMISTOSO INTERNACIONAL. FRANCIA 5 – 0 EGIPTO ESPAÑA 4 – 0 ECUADOR SUIZA 1 – 2 ITALIA HOLANDA 1 – 1 PORTUGAL	2.30	EN FRANCIA NO JUGO ZIDANE
OMAR	SABADO Y DOMINGO SE REALIZO NACIONAL DE TAE KWON DO. RANKING 2003	0.50	SE ANUNCIO QUE LA EMPRESA “LG” AYUDARÁ ECONÓMICAMENTE A BARRIENTOS (500 MENSUALES)
MAU	AUSPICIO RESTAURANTE CATAMARAN	1.47	
OMAR	MENTION CENTRUM		
MAU	CORTE. JUAN PABLO MONTOYA (COL) LLEGO A ESPAÑA PARA PARTICIPAR EN CUARTA FECHA DEL CAMPEONATO MUNDIAL DE F-1	0.55	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
	REGRESO. HACE 10 AÑOS MONICA SELES SUFRIO ATENTADO EN CAMPO DE TENIS	0.33	
MAU	MENTIÓN RAGGIO		
OMAR	ESPECIAL DEL MONO BURGOS. GERMAN BURGOS ARQUERO REAL MADRID	3.00	
MAU	TRIATLÓN EN CHORRILLOS CELEBRANDO LOS 20 AÑOS DE LA LLEGADA AL PERÚ DE ESTA MODALIDAD. IPD FIRMO CONVENIO CON MUNICIPALIDAD	0.30	
OMAR	IPD RECONOCIÓ A DEPORTISTAS: KUNFU, TRIATLON, VOLEY	0.40	
	FPP FIRMO CONVENIOS CON MUNICIPIOS DEL AUGUSTINO Y PUENTE PIEDRA PARA FOMENTAR EL FUTBOL	1.00	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVES
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	



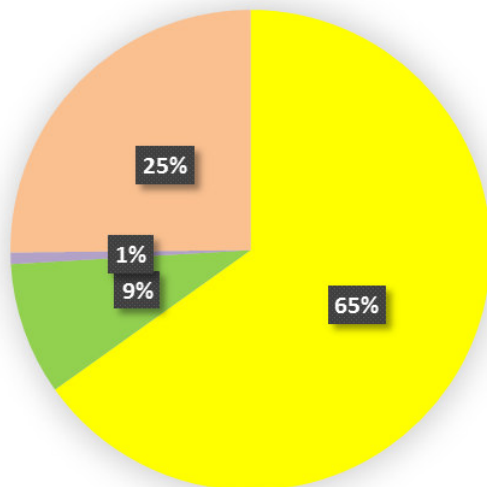
CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	8.35	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS
FUTBOL INTERNACIONAL	5.30	
NO FUTBOL	2.48	
COMERCIAL	6.30	

	04-May	05-May	18-May
FUTBOL NACIONAL	29.27	9.27	33.15
FUTBOL INTERNACIONAL	4.01	5.34	2.5
NO FUTBOL	0.35	3.35	3
COMERCIAL	11.3	6.3	11.3



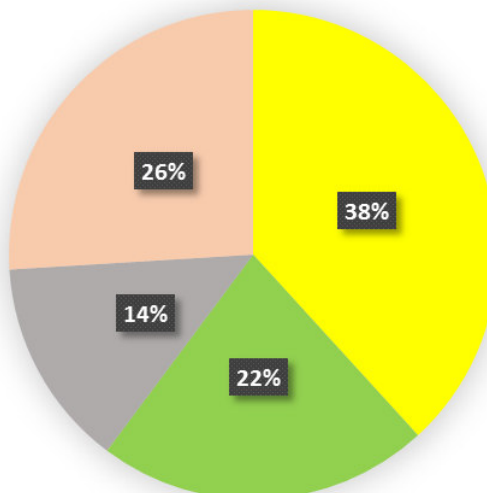
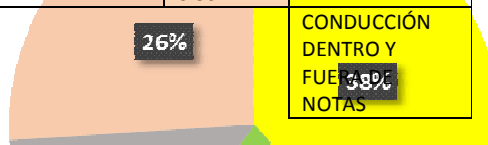
EMISIÓN 04/05/03 DOMINGO		P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CRISTAL 1 – 1 D. WANKA	4.02	
MAU	CIENCIANO 1 – 0 S.BOYS	3.30	
OMAR	PASE A CORTE. MENCIÓN RAGGIO	1.20	
	CORTE 1	2.30	
	REGRESO DE CORTE OLIMPIKUS LIGA PREMIER. JORNADA 37 MANCHESTER U. 4 – 1 CHARLTON ARCENAL 2 – 3 LEEDS UNITED	1.40	
MAU	BOLOGNESI 0 – 2 MELGAR	4.00	
OMAR	U. HUARAL 4 - 1 E. MEDICINA	5.00	
MAU	UNIVERSIDAD 1 - 1 UNIVERSITARIO	3.30	
OMAR	PASE A CORTE. LIGA ESPAÑOLA JORNADA 32 R. MADRID 1 – 5 MALLORCA R. SOCIEDAD 1 – 0 SEVILLA BARCELONA 3 – 0 R. VALLECANO	2.21	
	CORTE 2	2.30	
MAU	MENCIÓN PIERR'S	1.00	
MAU	A.LIMA 1 - 2 ALIANZA ATLÉTICO	4.20	
OMAR	JUGADAS POLEMICAS CIENCIANO – BOYS CRISTAL – D. WANKA ALIANZA – A. ATLÉTICO	4.02	LIGO CON TABLA DE POSICIONES
MAU	SUDAMERICANO SUB 17 PERÚ 1 - 1 BOLIVIA	1.03	JUGADO VIERNES
	CORTE 3	2.30	
	MARIO ANDRETTI TRAS ESPECTACULAR ACCIDENTE EN INDIANAPOLIS	0.35	
OMAR	MENCIÓN CENTRUM	1.02	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	29.27	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	4.01	
NO FUTBOL	0.35	
COMERCIAL	11.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS



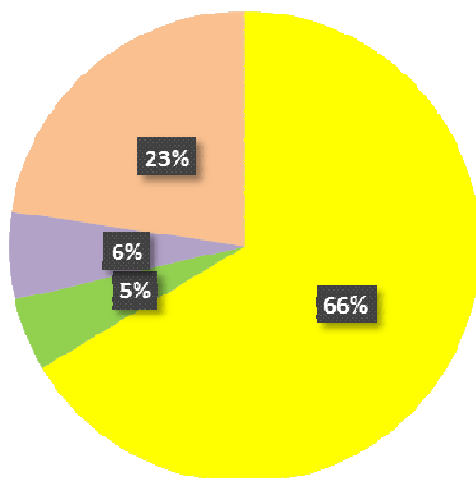
EMISIÓN	05 / 05 / 03 LUNES	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	2.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	SOLO GOLES FECHA 10. TOTAL 15 GOLES	1.49	
MAU	S. CRISTAL VIAJA A SULLANA A ENFRENTAR A A. ATLÉTICO. MAESTRI CONTINÚA TOCANDO EL TEMA DE SU EXPULSIÓN. BONET SERÁ SU REEMPLAZANTE	1.16	
OMAR	A.LIMA. MAÑANA VIAJA A AREQUIPA. VISA Y GONZALES VIGIL REEMPLAZARAN A LESIONADO OLCESE Y SAENZ	2.17	
MAU	NOTA A PEDRO GARCIA	1.40	
OMAR	CARRERA PRESIDENTE DE LA REPUBLICA	1.10	COMENTAR
MAU	TRAS EL PREMIO PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. EDUARDO DIBOS ENTREGO EL PREMIA A TATER LEDGAR POR SU APOYO AL DEPORTE PERUANO	0.50	
OMAR	PIERR'S. ESPECIAL MARADONA	2.12	
MAU	RAGGIO. FUTBOL JAPONES	2.00	
OMAR	CORTE. FUTBOL ARGENTINO. FECHA 11	1.22	
	C O R T E 1	2.30	CORTE LARGO
MAU	CENTRUM		
OMAR	OLIMPIKUS. FORMULA 1	0.35	
MAU	PROGRAMA RESPIRE PERÚ DE TELEFONICA	1.00	
MAU	INFORME DE COPA PERÚ	2.25	
MAU OMAR	DESPIDEN PROGRAMA		
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	9.27	
FUTBOL INTERNACIONAL	5.34	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
NO FUTBOL	3.35	
COMERCIAL	6.30	

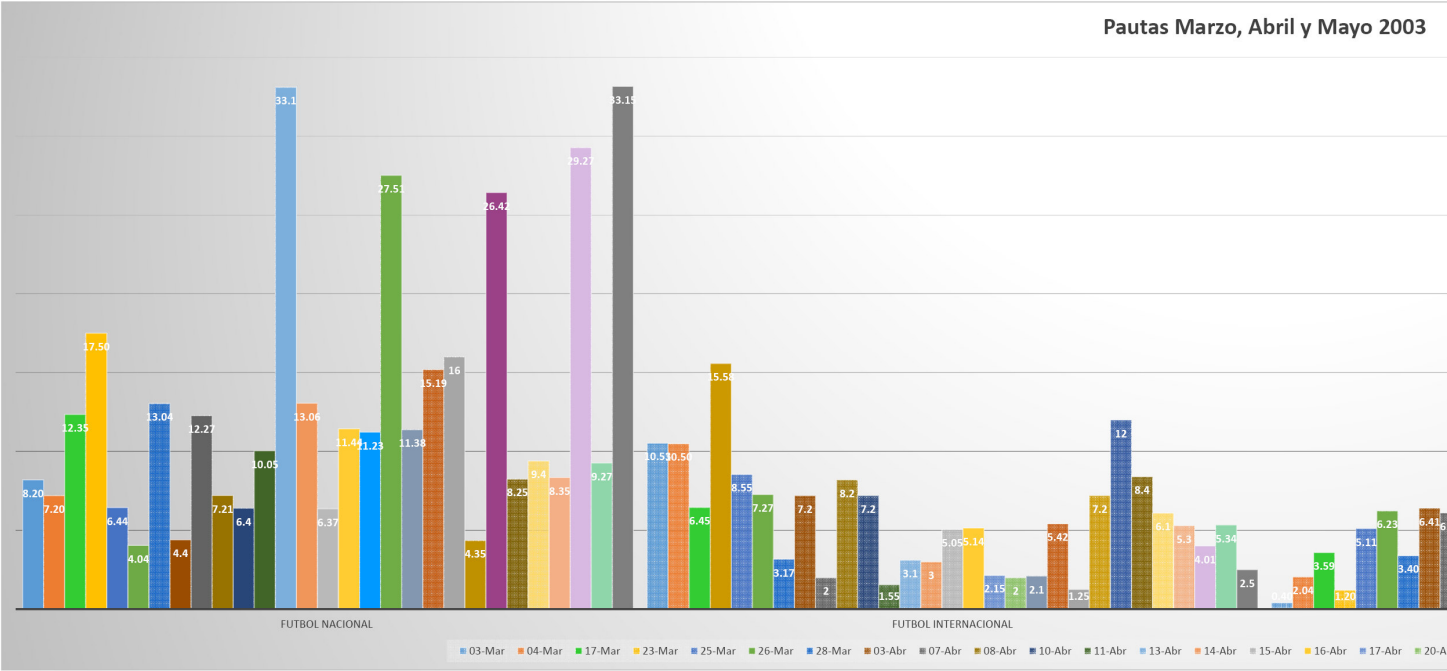


EMISIÓN	18/05/03 DOMINGO	P L A N E T A D E P O R T E	
COND	DESCRIPCIÓN	TIEMP	OBSERV
	PRESENTACION COMERCIAL	2.30	
	LIGO EN CALIENTE CRISTAL - BOYS	1.50	
MAU OMAR	SALUDO Y COMENTARIO BREVE	1.00	IMPORTANTE REPARTIR INFORMACION EN TODO EL PROGRAMA
OMAR	CUADRO DE RESULTADOS DE LA FECHA	0.50	
MAU	S. CRISTAL 2 – 1 S. BOYS	8.31	
OMAR	IMÁGENES DE BRONCA	2.54	
MAU	AUSPICIO MI BALON: PRIMER ESPECIALISTA EN PELOTAS CORTE: TENIS. FINAL ARGENTINA – GUILLERMO CORIA VENCIO A AGUSTIN CALLERI. EMULANDO A GUILLERMO VILAS GANADOR DE ESTE TORNEO EN 1978	2.20	
	C O R T E 1	2.30	COMERCIAL LARGO
OMAR	MELGAR 3 – 0 CIENCIANO	4.00	
MAU	U. HUARAL 1 – 0 A. ATLÉTICO	3.40	
OMAR	MENTIÓN PIERR'S	1.20	
MAU	CORTE. COPA FA. FINAL ARSENAL 1 – 0 SOUTHAMPTON. ARSENAL SE QUEDO CON LA COPA POR NOVENA VEZ EN SU HISTORIA	0.40	
	C O R T E 2	2.30	COMERCIAL LARGO
	EN CALIENTE. UNIVERSITARIO - A. LIMA	1.20	
MAU	UNIVERSITARIO 2 – 4 A. LIMA. CON PREVIOS	6.50	
OMAR	WANKA 3 – 0 A. UNIVERSIDAD LIGO TABLA DE POSICIONES, GOLES, PROXIMA FECHA, LIGO GOL DE LA FECHA CON AUDIO PROPIO	6.00	
MAU	AUSPICIO OLIMPIKUS (DENTRO Y FUERFA DE LAS CANCHAS Y PRESENTA BLOQUE DE OLIMPIKUS FUTBOL DE ARABIA	2.50	
	C O R T E 3	2.30	COMERCIAL LARGO
OMAR	COMENTARIOS DE LA JORNADA DE FUTBOL CON IMAGENES	4.00	COMENTARIOS FINALES BREVE
	DESPEDIDA COMERCIAL	1.30	

CONTENIDO	TIEMPO	OBSERVACIONES
FUTBOL NACIONAL	33.15	NOTAS AUSPICIADAS INCLUIDAS
FUTBOL INTERNACIONAL	2.50	
NO FUTBOL	3.00	
COMERCIAL	11.30	
		CONDUCCIÓN DENTRO Y FUERA DE NOTAS



	03-Mar	04-Mar	17-Mar	23-Mar	25-Mar	26-Mar	28-Mar	03-Abr	07-Abr	08-Abr	10-Abr	11-Abr	13-Abr	14-Abr	15-Abr	16-Abr
FUTBOL NACIONAL	8.20	7.20	12.35	17.50	6.44	4.04	13.04	4.4	12.27	7.21	6.4	10.05	33.1	13.06	6.37	11.44
FUTBOL INTERNACIONAL	10.53	10.50	6.45	15.58	8.55	7.27	3.17	7.2	2	8.2	7.2	1.55	3.1	3	5.05	5.14
NO FUTBOL	0.40	2.04	3.59	1.20	5.11	6.23	3.40	6.41	6.11	5.16	5.41	7.16	3	3.28	5.37	2.49
COMERCIAL	6.30	6.30	6.30	11.30	6.30	6.30	6.30	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	11.3	6.3	6.3	6.3



15-Abr	16-Abr	17-Abr	20-Abr	21-Abr	22-Abr	23-Abr	24-Abr	27-Abr	28-Abr	29-Abr	30-Abr	04-May	05-May	18-May
6.37	11.44	11.23	27.51	11.38	15.19	16	4.35	26.42	8.25	9.4	8.35	29.27	9.27	33.15
5.05	5.14	2.15	2	2.1	5.42	1.25	7.2	12	8.4	6.1	5.3	4.01	5.34	2.5
5.37	2.49	7.16	8.3	5.01	0.4	1.55	6.41	4.07	0.58	2.26	2.48	0.35	3.35	3
6.3	6.3	6.3	9	6.3	6.3	6.3	6.3	11.3	6.3	6.3	6.3	11.3	6.3	11.3

y Mayo 2003

