

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Documental Clínicas de hockey “Corner Corto”

Creación de formato televisivo

Eugenia Mustafá

94008

Diseño de Imagen y Sonido

Creación y Expresión

Medios y estrategias de comunicación

17/09/2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

Índice

Introducción.....	3
Capítulo 1.Introducción al Documental y su Aplicación en la Televisión.....	11
1.1 El documental en la televisión.....	11
1.2 Realización de un documental.....	21
1.3 Documental en la televisión actual.....	34
1.4El fortalezas y debilidades de la televisión.....	36
Capítulo 2. Formato televisivo.....	38
2.1Formato televisivo.....	38
2.2 Creación del Formato Televisivo.....	40
2.3 Canales deportivos en la TV.....	44
Capítulo 3. El hockey y el documental en las redes sociales.....	49
3.1 Redes Sociales.....	49
3.2 El documental en las redes sociales.....	54
3.3 El uso de las redes sociales en hockey.....	57
Capítulo.4 Creación de propuesta.....	65
4.1Serie Documental.....	65
4.2 Género y formato del programa.....	73
4.3: Frecuencia y número de emisiones.....	84
Capítulo 5. Carpeta de Producción.....	88
5.1 Presupuesto.....	88
5.2 Financiación.....	92
5.3 Cronograma/Plan de Trabajo.....	94
Conclusiones.....	98
Lista De Referencias Bibliográficas.....	100
Bibliografía.....	102

Introducción

El presente proyecto de graduación es un documental titulado *Corner Corto*. Se trata de la creación de un formato televisivo y corresponde a la carrera de Diseño de Imagen y Sonido que se enmarca bajo la categoría de Creación y Expresión y la línea de Medios y Estrategias de Comunicación. Durante la cursada de Cámara e Iluminación I con el profesor Pablo Mangiarotti se aprendieron los conocimientos principales del manejo de la cámara, los tipos de planos que existen y cómo lograr una puesta en escena de manera correcta. Estos conocimientos fueron esenciales para Montaje y Edición II con el profesor Adrián Guillot donde se utilizaron micrófonos y luces para la realización de un documental basado en entrevistas a sobrevivientes de distintas tragedias: Once, Cromañón y AMIA. Este trabajo fue desarrollado en grupo y fue el proyecto más complejo de la carrera, una excelente experiencia a nivel profesional. Fue entonces cuando surgió la decisión de la realización de una serie documental acerca de clínicas deportivas de hockey sobre césped para el proyecto de graduación, no sólo teniendo en cuenta la parte técnica que requiere para la realización del mismo, sino también el trabajo previo de producción y desarrollo.

Se busca difundir las clínicas deportivas de hockey sobre césped en el país y que tengan un espacio en los medios de comunicación televisivo realizando para ello una serie documental.

Una clínica deportiva es un espacio de entrenamiento donde se les enseñan a los chicos, los conceptos básicos del deporte con distintos juegos recreativos, en un tiempo mínimo que dura desde 2 horas hasta 1 jornada entera. Lo que se trabaja en una clínica va más allá de la parte técnica y táctica del deporte, sino que también se resaltan los valores del juego, desde el respeto hacia las reglas, al compañero, a los referis y entrenadores hasta la solidaridad hacia el equipo. Teniendo por lo tanto un alto contenido social.

Se analizan los medios deportivos de estos momentos, los antecedentes de documentales deportivos y el análisis del presupuesto y financiación hasta poder llevarlo a la práctica

La pregunta problema planteada: ¿Cómo se puede dar a conocer la labor de las clínicas de hockey a través de la realización de una serie documental? El objetivo general del Proyecto de Graduación es crear una serie que contenga 8 capítulos de 20 minutos de duración cada uno categorizados según su contenido explicando cuál es el trabajo que se realiza y además difundir la labor de una clínica de hockey.

A partir de este marco se decidió ubicar al proyecto en la categoría Creación y Expresión ya que se va a realizar el proyecto de la realización de este documental relacionado con las Clínicas de hockey. Se va a tener en cuenta tanto el trabajo de pre-producción como el rodaje y también sus medios de difusión. Las redes sociales como *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook*, son un punto relevante para este proyecto ya que van a ser los medios por los cuales se va a comunicar la creación del documental y su transmisión en la televisión. Además, se utilizarán como una fuente importante tanto para comunicar esta actividad como para publicar videos y flyers. Para eso se va a generar contenido para estas plataformas: spots del documental creando promociones y avances de los capítulos, frases de las entrevistadas y fotos destacadas.

También se analizará el contenido de lo que emiten los programas deportivos para permitir su comparación.

Para este proyecto se analizarán los pasos a seguir para su elaboración. Desarrollar la temática, analizar los formatos televisivos, organizar la estructura del programa, desarrollar presupuestos y conseguir la financiación para hacerlo posible.

Su objetivo es realizar un documental interactivo para lograr una experimentación creativa. En la actualidad hay más posibilidades de realizar una producción gracias a los bajos presupuestos que no limitan la realización, tanto de documentales como películas.

Con respecto a la metodología cualitativa a utilizar, se realizarán entrevistas a 3 jugadoras de hockey, dónde se les va a preguntar a acerca del deporte y las clínicas que realizaron o estuvieron presentes. Preguntas acerca de qué se trabaja en ellas y cómo se logran los objetivos que se desean alcanzar. Cómo incorporan a los chicos que nunca jugaron a este deporte y cómo es su reacción. Conocer más a fondo todo lo que pasa y lo que se genera en estas actividades donde participan muchos chicos.

El objetivo de estas entrevistas es obtener información acerca de las clínicas y los valores que el deporte les deja tanto a las entrevistadas como a estos chicos que participan en ellas y cómo se adaptan a clubes que no cuentan con los materiales e infraestructuras que otros lugares tienen.

Es interesante también ir mostrando los avances en el juego y la incorporación al grupo y la asimilación de nuevas reglas de convivencia y respeto.

El fin es crear un documental que contenga como máximo 8 capítulos en los cuales en cada uno se va a tratar distintos temas como: ¿qué es una clínica?, los valores del deporte, el trabajo en equipo y el deporte como forma de inclusión.

A partir de este marco se decidió ubicar al proyecto en la categoría Creación y Expresión ya que se va a realizar el proyecto de la realización de este documental relacionado con las Clínicas de hockey. Se va a tener en cuenta tanto el trabajo de pre-producción como el rodaje y también sus medios de difusión. Para ello se va a investigar sobre los programas televisivos y sus formatos, las redes sociales tales como Instagram, YouTube y Facebook para lograr la difusión de este documental.

Además, utilizar a las redes sociales como una fuente importante tanto para comunicar esta actividad como para publicar videos y flyers. Para eso se va a generar contenido para estas plataformas: spots del documental creando promociones y avances de los capítulos, frases de las entrevistadas y fotos destacadas.

En el país existen varios canales de televisión deportivos que transmiten partidos nacionales e internacionales como ESPN, Fox Sport, TyC Sport, TNT Sports, Deport TV, etc.

En los últimos años se empezó a fomentar mucho más el hockey sobre césped en todo el país. ESPN y Fox Sport son canales que tiene mayor importancia y transmiten partidos tanto del seleccionado femenino como masculino de hockey cuando juegan torneos internacionales. En el caso de DeportTv televisa partidos del torneo metropolitano que se juega en Bs As durante todo el año. Pero lo que se observó es que no hay canales dónde se muestre este tipo de clínicas que se llevan a cabo en casi todo el país y que les da la oportunidad a chicos con bajos recursos que no están asociados a ningún club brindándoles nuevos conocimientos del deporte dejándoles un día distinto para compartir con referentes del deporte que también se dedican a enseñar.

El objetivo específico es crear un formato televisivo para la difusión de la serie documental en los programas deportivos. Utilizando a las redes sociales tales como *Instagram, Facebook, Youtube* para comunicar el lanzamiento de esta serie documental.

Los antecedentes institucionales consultados son:

Torres Camacho, C. (2008), *No dejes de Grabar: una serie de estilo found footage*. Este proyecto abarca el género *found footage* como subgénero del Terror. A raíz de esto realiza una investigación del cine desde lo documental, el falso documental y sus características. Su fin es crear una miniserie que se distribuya por la plataforma de *Youtube*. El proyecto propuesto tiene un objetivo similar, con la diferencia de que no sería una miniserie, sino un documental donde también se realizará una investigación acerca de los documentales que existen y analizarlos.

.Arias, M. (2011), *Transiciones: miniserie web de educación sexual para adolescentes*. Además de crear una miniserie tiene como objetivo enseñar y concientizar sobre la educación sexual de una manera distinta a lo que se muestra contando historias de adolescentes y sus etapas de crecimiento. Su relación con este proyecto es que también busca enseñar, desde el lado del deporte, valores y reglas del hockey tanto a chicos como adolescentes.

Gutiérrez Moreno, A. (2018) *Colombia ancestral: El documental como vía de comunicación en los pueblos indígenas*.

Tiene como fin mostrar cómo se comunicaban diferentes pueblos indígenas en Colombia mediante un documental de género social y etnográfico creando también la carpeta de producción para la realización del mismo. En relación con este proyecto y al igual a éste, tendrá un modo de realización ligado a la realidad, de personas reales tanto las que viven esta experiencia de ir la clínica como las que la llevan a cabo. También se quiso lograr una reflexión a nivel país y una llamada de atención a la sociedad colombiana respecto a este hecho social que cuenta. Esto es algo que también se quiere generar en el proyecto, crear conciencia de lo que se puede llegar a formar tanto en chicos que no tienen los recursos para jugar al deporte y lograr familiarizarlos con el hockey. Hacer que el público reflexione acerca de lo importante que es un deporte en equipo y los valores que se adquieren.

Peláez Aguirre, C. (2018), *La dependencia tecnológica desde una perspectiva audiovisual: Las nuevas series como reflejo de las problemáticas contemporáneas*.

Analiza el uso de la tecnología y las problemáticas a futuro con respecto a la sociedad que lo consume. Realiza un análisis de la serie "Black Mirror" y "CSI" por sus usos de medios tecnológicos y como los aplican en cada serie. Plantea el problema de una dependencia tecnológica digital del ser humano y como las series de ficción contribuyen a la misma. Para la realización de este documental acerca de las clínicas de hockey se realizará un análisis de algunos documentales deportivos para ver las estructuras y su impacto en las imágenes que pueden llegar a generar en el público.

Tardito, A. (2011), *Diseño de una carpeta de proyecto integral de producción*

Tiene como objetivo crear una carpeta de producción para un cortometraje de 23 minutos llamado "La Caja" con el fin de encontrar a una productora que pueda financiarles el proyecto. Para el documental a realizar también va a ser necesario crear una carpeta de producción para poder determinar el público objetivo, el equipo técnico y artístico, locaciones, utilería, presupuesto, etc.

Lozano Velasquez, L. (2011), *Documento social: En busca de la concientización de fenómenos humanos*.

Resalta la importancia de la teoría que influye en la práctica. Busca y se informa acerca del concepto de documental social que es un tipo de subgénero para luego poder explicarlo de una manera más profunda a las personas que quieran conocer más acerca del tema. Con respecto a este proyecto de graduación, la parte teórica también es sumamente relevante para poder luego saber qué tipo de documental realizar y cómo se va a mostrar. Tanto la parte práctica como la teórica influyen una sobre la otra, si no se tiene en claro qué y cómo realizar algo, no se va a poder lograr y el mensaje no va a poder ser transmitido. Tener claro los conceptos ayuda a la realización de la creación de un proyecto profesional, por eso la parte de investigación previa es relevante.

Ramiro Sebastián, M, (2014), *Hermanos del mar. Proyecto de un largometraje documental*

Habla acerca de la subcultura del surf en Lima, Perú en la actualidad los recursos que se utilizan es el mismo que para lograr un manejo más profesional para la realización de la producción, partiendo de las bases del cine ficción comercial. También se investigan conceptos teóricos y metodológicos para aplicarlos luego en el documental.

.Tovar De La Torre, A. (2011), *B-Afro: Indie Film Documental*

El documental titulado "Buenos Aires Negra" trata sobre la oleada migratoria de integrantes de la raza negra de distintas nacionalidades que llegaron a la ciudad. El objetivo de este proyecto además de realizar el documental, es poder acceder a una coproducción y que pueda ser financiado por el INCA. También se investigó acerca de los documentales para poder definir qué es una película documental y cómo se realiza. Otra vez resaltando la importancia de la información previa a desarrollar los proyectos para luego relanzarlos de manera correcta y así también saber desde qué punto de vista se quiere contar aquello que se desea.

Petrelli Fontich, L. (2013), *Televisión por internet: Un nuevo medio audiovisual*.

Trata de los avances tecnológicos y cómo en la actualidad la televisión llegó a internet transformándose en un nuevo medio audiovisual. Este nuevo formato dio acceso a nuevas formas de ver material por internet, videos exclusivos de programas para mantener al consumidor activo. Esta tendencia de televisión por internet crea en el usuario/consumidor una nueva costumbre. En relación con el proyecto de creación de la serie documental, el objetivo es llegar a los medios televisivos y también hace hincapié en las plataformas digitales que se encuentran en internet, no solo en el canal en si sino también producirlos en estos nuevos formatos.

Piñeros Sanz De Santamaría, J. (2011), *Nuevos medios de comunicación para la difusión y distribución de cine documental independiente*.

Investiga el cine documental y se intenta conocer acerca de sus características propias. Su objetivo es realizar un documental interactivo para lograr una experimentación creativa. En la actualidad hay más posibilidades de realizar una producción gracias a los bajos presupuestos que no limitan la realización, tanto de documentales como películas.

Con respecto a la metodología cualitativa a utilizar, se realizarán entrevistas a 3 jugadoras de hockey, dónde se les va a preguntar a acerca del deporte y las clínicas que realizaron o estuvieron presentes. Preguntas a acerca de qué se trabaja en ellas y cómo se logran los objetivos que se desean alcanzar. Cómo incorporan a los chicos que nunca jugaron a este deporte y cómo es su reacción. Conocer más a fondo todo lo que pasa y lo que se genera en estas actividades donde participan muchos chicos.

En el capítulo 1: *Introducción al documental y su aplicación a la Tv*, se va a tratar acerca de qué es un documental, cómo se lleva a cabo, sus diferencias con respecto a una película y los diferentes géneros que existen. Para la realización del mismo es importante tener en cuenta los conceptos y saber qué tipo de documental se quiere crear para transmitir un mensaje claro y preciso. Es de suma importancia también el cómo se cuenta y qué se quiere contar para elegir luego los encuadres y planos para la construcción del relato. Se va a realizar también un recorrido conociendo la historia

de cómo nace el documental y cómo fueron sus primeros inicios. Investiga el cine documental y se intenta conocer acerca de sus características propias. Este capítulo cuenta con 3 subcapítulos: El documental en la televisión, Realización de un documental, Documental en la televisión actual y Fortalezas y debilidades de la televisión

En el capítulo 2: *Canales deportivos y sus Formatos* se va a investigar acerca del formato televisivo y cómo se realizan los mismos. Se va a hacer un análisis de los programas deportivos como ESPN, Deport Tv y Fox Sport y el tipo de contenido y formato que muestran. Este capítulo cuenta con 3 subcapítulos: Formato televisivo, Creación del formato televisivo y Canales deportivos haciendo un enfoque en los más conocidos como ESPN, Fox Sport y Deport Tv.

En el capítulo 3: *El hockey y el documental en las redes sociales* se va a explicar cuáles son las redes que se utilizan actualmente. También es importante dar a conocer para qué se usan y por qué se aplican. Este capítulo cuenta con 3 subcapítulos: Redes sociales, El documental en las redes sociales y El uso de las redes sociales en el hockey.

En el capítulo 4: *Creación de propuesta* se va a definir cuál va a ser la estructura del programa en el que se va a transmitir el documental, la frecuencia de emisión del mismo y el género y formato que se va a utilizar. También se va a definir la duración y la cantidad de capítulos que va a presentar el documental. Este capítulo cuenta con 3 subcapítulos: Serie documental, y por último, Género y formato del programa y, por último Frecuencia y número de emisiones.

En el último capítulo titulado: *Carpeta de producción*, se va a organizar la producción con todos los detalles importantes de la planificación que se deben tener en cuenta para la realización del proyecto. Este capítulo cuenta con 3 subcapítulos: 1) Presupuesto, 2) Financiación y 3) Cronograma/Plan de trabajo.

Capítulo 1. Introducción al Documental y su Aplicación en la Televisión

En este capítulo se va a realizar un recorrido a cerca de los inicios del documental contando un poco de su historia y su llegada a la televisión. También se va a dar a conocer cómo es el trabajo previo que se realiza para la preparación de un documental y la planificación que se lleva a cabo para el rodaje del mismo.

Es acerca de qué es un documental, cómo se lleva a cabo, sus diferencias con respecto a una película y los diferentes géneros que existen. Para la realización del mismo es importante tener en cuenta los conceptos y saber qué tipo de documental se quiere crear para transmitir un mensaje claro y preciso. Es de suma importancia también el cómo se cuenta y qué se quiere contar para elegir luego los encuadres y planos para la construcción del relato. Se va a realizar también un recorrido conociendo la historia de cómo nace el documental y cómo fueron sus primeros inicios.

1.1 El documental en la televisión

El documental, género del cine, es una representación de la realidad a través de un medio audiovisual. A través de este medio se presenta la realidad que se quiere contar, pero desde el punto de vista del director, lo cual esta realidad nunca va a ser objetiva ya que desde el momento en que se posiciona la cámara y se elige el encuadre y el plano, se está seleccionando lo que se quiere mostrar, adjudicando un criterio propio como afirma Daniela Zavala

El documental es la representación audiovisual de la realidad. La organización y estructura de imágenes y sonidos, según el punto de vista del autor, determina el tipo de documental. La secuencia cronológica de los materiales, el tratamiento de la figura del narrador y la naturaleza de los recursos dan lugar a una variedad de formatos. (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental* , p. 8)

La cámara funciona como el ojo del director por el cual está representada esa realidad que quiere mostrar, por este motivo el documental nunca va a poder ser

objetivo, ya que el director va a tomar ciertas decisiones como: qué y cómo va a mostrar en la pantalla lo que el público va a ver.

El documental ha sido y sigue siendo un género importante para el cine y la televisión, aunque su popularidad ha variado según las épocas. Es muy complicado plantear una definición exacta. El término es utilizado por profesionales para designar diferentes productos, ya que existe una idea común aceptada sobre lo que es, pero cambia según las circunstancias. Debido a su flexibilidad y a que las técnicas del documental se encuentran en constante evolución es muy difícil definir el concepto. ((Zavala Calva, D., 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 17)

En un documental se van creando significados por medio del contenido los que pueden ser compartidos por los espectadores si se sienten identificados o conocen el contexto. Este tipo de formato no solo sirve para mostrar la realidad sino también como un medio para ayudar a comprender temas tanto sociales como políticos.

El mundo siempre ha tenido la necesidad de entenderse entre los pueblos y sociedades. A través del género documental se hizo posible la llegada de esa inquietud. Para poner un ejemplo, en la película documental de *Tire Die* que nace de la frase “tire diez centavos”, dirigida por Fernando Birri en 1958, quien también fundó la Escuela Documental de la Universidad Nacional del Litoral, este film muestra una problemática social de la clase baja, haciendo referencia en la primera escena donde los niños y las familias más pobres de la ciudad de Santa Fe esperan la llegada del ferrocarril Mitre para pedir limosna a los pasajeros. Más allá de esta primera imagen, trata tanto una problemática social desde el punto de vista de la desigualdad y muestra las diferencias económicas y también políticas. *Tire Die* se considera el primer documental argentino, y uno de los primeros también a nivel mundial que expone la realidad cotidiana de las personas más pobres y las condiciones en las que viven. Además este film no tiene como objetivo dar una solución frente a esta problemática que plantea, sino, lo que propone es que el espectador cree y busque su propia solución.

Otro documental, dirigido por Fernando Birri que genera conciencia y da a conocer una problemática social, es el largometraje de *Los Inundados* basándose en el cuento

de Mateo Bozz donde todos son pícaros y quieren engañar a los demás, algunos con más justificación que otros. Este film se estrenó en el año 1962 y cuenta la historia de algunas familias en la provincia de Santa Fe que fueron damnificadas por las inundaciones que se presentaban en la región.

El personaje de Dolorcito Gaitán, jefe de la familia protagonista de la historia, fue adjudicada a Pirucho Gomez, payador, improvisador, guitarrero, que vive en un rancho de las inmediaciones de la Boca del Tigre, barrio Centenario(...) por otra parte el ambiente me es familiar. Es el de la barrida sur de la ciudad, donde siempre he vivido.(Birri, F , 1996,*Por un nuevo cine latinoamericano 1956-1991, Losinundados*,Catedra, p. 285,286)

Más allá de mostrar una problemática social, lo interesante de estos films documentales es que los actores que actuaban eran familias verdaderas con sus características reales para mostrar de la manera más real posible a los personajes..

Los actores fueron seleccionados despues de una búsqueda que demandó tres meses de trabajo. Para ello, y con un fotógrafo, se realizó un verdadero catastro (tres fotografías: una de frente, otra de perfil, una libre; y una observación escrita con los datos, personalidad, condiciones de cada entrevistado). Además, entre interesados no profesionales (...) entre los vecinos del barrio Centenario, de donde proceden los personajes en el libro cinematográfico y en la historia de Mateo Bozz. (Birri, F , 1996,*Por un nuevo cine latinoamericano 1956-1991, Losinundados. Catedra* , p. 285)

La realidad es que detrás de cada documental y la necesidad de demostrar de la manera más real posible tanto el ambiente como los personajes, al director no le era tan importante si la persona que debía interpretar al personaje era actor o no, sino que le daba más importancia al aspecto del mismo que a la parte actoral. Este proceso de la elección de los actores por sus rasgos y que sean lo más parecido al personaje real se tuvo en cuenta también para la realización de Tire Die.

Cardoso define el documental como una “obra cinematográfica generalmente de corta duración en la que tratan situaciones sociales, económicas, políticas, industriales, científicas, etc., que se realizan por lo general sin la participación de actores” (como se cita en *Documental Televisivo: La transformación del género documental*,2010, p.16).Un ejemplo de un documental “La desaparición de Madeleine MacCann” que se encuentra en la plataforma de Netflix. Cuenta los sucesos de la desaparición de la

niña de 3 años en Portugal mientras dormía en la habitación del hotel cuando sus padres cenaban con amigos en el restaurant del lugar. Este documental no solo relata los hechos de lo sucedido sino también, da a conocer la existencia de una red de trata de personas y cómo se manejan para secuestrar chicos. No solo se enfoca en la historia de Madeleine, sino también, da a conocer otros casos de secuestro en el mismo país y cómo los medios y la policía local reaccionaron frente a estos. Esta historia está contada con imágenes y videos reales, desde entrevistas a los padres MacCann y su seguimiento de la investigación hasta con videos ficticiales recreando escenas con actores para mostrar cómo podrían haber sido los sucesos de aquella noche en la que la niña nunca más fue vista.

Grierson define el documental como “todas aquellas obras cinematográficas que utilizan material tomado de la realidad y tienen capacidad de interpretar en términos sociales la vida de la gente tal como existe en la realidad (como se cita en *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, 2010, p. 14). Otro ejemplo, en este caso el documental del atleta Usain Bolt, cuenta la historia del joven desde sus inicios en el deporte hasta sus grandes hazañas en los juegos Olímpicos. En este caso, esta pieza audiovisual no cuenta con actores, son todos personajes reales de la vida de Bolt desde material de archivo de alguna de sus carreras hasta fotografías en la escuela y con su familia. Se realizan varias entrevistas principalmente a sus familiares y al entrenador quien lo acompaña en todo su proceso.

El documental tiene como deber buscar el modo y la forma más adecuada para representar la realidad que se quiere mostrar.

En definitiva, el documental es una construcción a través de un proceso de argumentación y este proceso altera el material tomado del mundo real, haciendo que la realidad parezca exagerada, condensada, dramatizada e incluso modificada. Cuando el espectador ve un documental mantiene la creencia de que no lo están engañando; un contexto en el que la importancia de la creabilidad del narrador resulta evidente (...) (Zavala Calva, D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 30)

El cine describe el documental como una interpretación creativa de la realidad ya que su narración no contiene una mirada objetiva. Se representa la realidad desde la mirada del director, por lo tanto, esta realidad se desvirtúa y deja de ser verdadera y se termina modificando. Pero para la televisión, el documental intenta no caer en la subjetividad siendo lo más realista y objetivo posible.

Antes del nacimiento del cine, el arte y la fotografía eran los principales en representar los momentos de la vida y los acontecimientos históricos.

Debido a la creación del cinematógrafo por parte de los hermanos Lumiere, en 1895, la representación de la realidad comenzó a ser más fiel a lo que se mostraba. En sus primeros trabajos, estos inventores mostraban escenas de la vida cotidiana como la llegada del tren a la estación, la salida de los trabajadores de la fábrica y el desayuno familiar. Eran escenas de corta duración.

Una de las diferencias principales entre película y documental es el porqué de su creación. La película tiene como propósito entretener al público y el documental informar al mismo. También se diferencian por su duración: la película puede llegar a durar más de dos horas, mientras que el documental tiene una duración más corta.

Los documentales suelen tener un costo de producción más bajo mientras que las películas dependiendo de los actores, los efectos especiales y las locaciones un costo mucho más elevado.

En 1907 del cine que tuvo como protagonista a Georges Méliès (mago) quien introdujo novedosos efectos especiales en sus películas y Edwin Porter una que realizó una técnica del montaje paralelo.

El inicio del documental tiene como protagonistas a científicos que buscaban y tenían la necesidad de mostrar sus expediciones, tal como eran. El primer film documental fue *Nanook of the North* realizada en 1915 por el director Robert J. Flaherty. Este documental presenta la dura vida de una familia de esquimales que habita en Canadá en la Bahía de Hudson, en la zona de Port Huron. Cuenta la historia del día a día de esta familia, como cazan, pescan y su rutina de un día normal. Sin embargo, este film

tuvo algunas modificaciones de la realidad, como por ejemplo la construcción de la mitad de un iglú para poder realizar la filmación dentro del hogar familiar, el nombre verdadero de Nanuk era Allakariallak y la que aparenta ser su esposa, Nyla, era la esposa del propio Flaherty. Esta falta de realidad se debió a la carencia de antecedentes de films documentales pero, a pesar de eso, no le restó importancia a la película y fue tomada como referencia para los futuros cineastas. *Nanook of the North* también se trató como un trabajo de investigación en el cual el equipo de filmación no solo retrató la vida de esta familia, sino que también convivió con el mismo pueblo para comprender más su cultura y hacerla lo más realista posible.

Diego Vertov, director de cine vanguardista soviético, creó un tipo de periodismo cinematográfico a través de una serie de documentales que mostraba escenas de la realidad que se unían por un sentido, al cual se lo llamó Cine-verdad (Cinema Vérité). Este director revolucionó el cine documental con sus nuevas propuestas como por ejemplo los movimientos de cámara en *Man with the movie camera* que con esta técnica lograba mostrar diferentes aspectos de la vida, este film revolucionó el género documental.

Durante la época de la Segunda Guerra Mundial el género documental fue muy utilizado para retratar los trágicos momentos de las guerras y la miseria. Los nazis sacaron provecho y también generaron material para realizar propagandas para sus campañas políticas ya que eran transmitidas en el cine que en ese entonces tenía una gran influencia sobre el público.

En los años 60 la televisión tenía los ingresos de las taquillas cinematográficas y los documentales comenzaron a ser transmitidos en ese medio. El paso del cine a la televisión también se debió al alto costo de la producción lo que volvió difícil la realización del documental. En las décadas de los 80 y 90 surgieron nuevos soportes como el DVD y el comienzo del uso de cámara en mano. La década de los 90 marcó una nueva era para el documental ya que con el avance de la tecnología los sistemas de grabación tenían alta definición y el montaje mejoró debido a los surgimientos de

los programas más avanzados para la edición. También se plantea nuevas formas para realizar un documental desde el uso de imágenes reales como el uso de material de archivo, hasta el falso documental o ficción de apariencia documental utilizando testimonios y entrevistas falsas.

Gracias al avance de la tecnología, la realización de documentales se hizo más viable por los presupuestos más accesibles de cámaras y equipos para poder realizar el film.

Lo que el formato del documental hizo de manera novedosa fue mostrarle al público otras problemáticas del mundo la cual no tiene conocimiento, llevarlo a lugares donde no son accesibles comúnmente y conocer historias de vida y sus protagonistas mediante la realización de entrevistas a las mismas personas.

La búsqueda de la realidad es uno de los conceptos más importantes del género documental desde sus inicios.

Los géneros se definen por utilizar una serie de características que el espectador reconoce en trabajos y obras que pertenecen a una misma categoría y que pueden referirse al tema, los personajes, la ambientación, la iluminación, el estilo visual, la música, etc. En particular, los documentales mantienen algunos rasgos comunes; a pesar de sus múltiples estilos, contenidos y formato. (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 55).

Los documentales tienen diferentes géneros que los caracterizan y que el espectador mismo puede llegar a identificar. Los géneros dependen del contenido que muestra y los temas que llevan a cabo el documental. Se los puede clasificar también en subgéneros como, por ejemplo: problemática social: injusticias, laboral, familiar; histórica: reconstrucción del pasado, relatos de hechos contemporáneos; etnografía: antropológica, folclórica, de carácter cultural.; de naturaleza: vida animal, vegetal, biológica, médico: investigaciones científicas, clínicas, operaciones; jurídico: criminal, policial, forense; arqueológico: paleográfico.

Los géneros principales que caracterizan al documental son: cinematográfico, televisivo y periodístico.

Al documental cinematográfico se lo puede definir como tipo de cine informativo y didáctico que intenta representar la realidad de la forma más objetiva posible. Pero tiene una particularidad como lo explica Daniela Zavala

En el caso del cine, estas obras ponen especial atención a las formas más elaboradas del lenguaje tanto en la estética de sus parámetros visuales, encuadres, iluminación, movimientos de cámara, etc., como en las relaciones sintácticas de sus planos y escenas, fruto del montaje. (Zavala Calva, D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 22)

Se concreta con imágenes reales, testimonios, material de archivo, etc. Según su intencionalidad este género puede partirse en diferentes subgéneros:

El documental social es uno de los subgéneros y su función es pedagógica, por lo tanto, el contenido que muestra suele apuntar a diversos públicos dependiendo del mismo. Se basa en mostrar la realidad del mundo aportando material informativo e instructivo. Pueden ser tanto temas generales como por ejemplo la globalización o temas particulares como una inundación.

Otro subgénero es el documental explorador que está estrechamente ligado al carácter etnológico. Su característica principal es la fidelidad al ambiente natural y el carácter de los hombres que se quiere reflejar.

El documental cronista, también forma parte del subgénero, tiene como objetivo informar desde el lado de la realidad con un punto de vista totalmente objetivo. Los hechos prevalecen de manera sincrónica, totalmente como fueron sucediendo. Intenta narrar de manera clara y simple los acontecimientos. Los documentos que se utilizan generalmente son los que recolecta el cronista de la escena. El Cine-verdad o Cinema Vérité. En este tipo de subgénero el documental tiene como objetivo representar tanto aspectos cotidianos como desconocidos de personajes públicos en un momento determinado, mostrando exclusivamente la realidad que presentan.

El documental de la naturaleza se caracteriza por crear planos con un grado de dificultad alto mostrando tanto la vida animal como la vegetal en su ámbito natural.

El documental histórico es también parte de este subgénero e introduce al espectador a los hechos y acontecimientos que sucedieron ya sea por imágenes de archivo de ese día o entrevistas a testimonios reales.

En el documental ficcional, se interpretan escenas para mostrar hechos reales por eso suele tener un valor totalmente subjetivo. Suelen ser temas prehistóricos o de hace muchos años atrás que no tengan material para mostrar, es decir que no haya un registro visual de aquello que sucedió.

El documental contemporáneo donde el espectador es quien le da sentido a las imágenes y el sonido que presenta.

Al documental científico se lo considera como el género que dio origen al documental, ya que los primeros documentales provinieron de este género. Este género también es informativo y debe tener un lenguaje coloquial con respecto al tema que se está tratando para transmitir aquello que se está explicando.

Y por último, el documental periodístico donde el personaje principal es el periodista que realiza un registro de los hechos o acontecimientos que deberían tener conocimiento público. Tiene como objetivo generar conciencia social acerca de algo en particular para que se conozca y se pueda realizar un cambio si se lo desea.

El género de documental televisivo como dice Daniela Zavala “ (...) es el resultado de una adaptación del documental cinematográfico a las exigencias del medio, en especial cambia la forma de expresión, lenguaje y el mercado al que va dirigido (...). (*Documental Televisivo: La transformación del género documental*, 2010, p. 22).

La televisión es elemento de gran una influencia en la vida cotidiana del ser humano. En los inicios los primeros documentales realizados para la televisión estaban destinados para la gran pantalla del cine, por este motivo se debían filmar en un soporte cinematográfico. Por lo tanto, se puede decir que el documental televisivo es una adaptación del documental cinematográfico con las mismas exigencias, solo que cambia el público al cual va dirigido y por ende, el lenguaje.

El término documental en el caso de la televisión se adjudica a los programas que no pertenecen al género de no-ficción. Este tipo de documental también tiene una mirada objetiva y tiene una gran influencia por parte del reportaje.

Las características del documental televisivo para aclarar mejor su definición son: investiga un tema de la realidad y lo muestra tal como es. Revela todo acerca del tema, lo profundiza y genera conocimientos. Muestra el material de primera mano, ya que todo fue filmado en el momento del suceso en donde ocurrieron los hechos. Puede variar su duración ya que en la televisión plantea una programación ya definida. Generalmente su duración es de 1 hora (para la televisión). Debe haber una investigación previa para luego contar los hechos de manera correcta, y por último, el director es el encargado de mantener el interés del público y que el documental sea llevadero para el mismo, utilizando técnicas y recursos que lo hagan dinámico y entretenido.

El documental periodístico es un género informativo autónomo que se basa en los temas de la actualidad. Este tipo de género no se centra en un solo tema, sino que el periodista extiende su cobertura en torno a todo un fenómeno.

El documental periodístico no solo muestra la realidad para que el público lo mire, sino que también lo hace a partir de un argumento por el cual va justificando a lo largo del discurso narrativo. El objetivo es que el público interprete y reflexione acerca del tema propuesto. Para realizar este discurso argumentativo es fundamental la aparición de testimonios y expertos en el documental.

Por ejemplo, en el documental "Viven" cuenta la historia del avión que se estrelló contra la cordillera y en el cual viajaba un equipo de rugby, donde unos pocos sobrevivieron y sufrieron el frío de las bajas temperaturas en la montaña. En este documental se realizaron entrevistas a los sobrevivientes en las cuales relataron los acontecimientos que sucedieron esos días. No solo fue relevante el hecho de que se realizan estas entrevistas para el documental sino también que esté presente en el

mismo un experto en aviones para contar desde su conocimiento porqué el avión se cayó y no pudo llegar a destino.

Como todo tipo de documental, es importante el trabajo de investigación previo para que en este caso se cumpla la función del “periodismo responsable”. Para preparar este tipo de documentales no solo se toman en cuenta los temas que serán de interés en la actualidad, sino también los temas de la actualidad que se sabe que no van a dejar de interesarle al público en las próximas semanas e incluso meses

1.2 Realización de un documental

El documental, género del cine, es una representación de la realidad a través de un medio audiovisual donde se presenta la historia que se quiere narrar, pero desde el punto de vista del director, por lo que esta realidad nunca va a ser objetiva ya que desde el momento en que se posiciona una cámara y se elige el encuadre y el plano, se está seleccionando lo que se quiere mostrar, adjudicando un criterio como afirma Daniela Zavala

El documental es la representación audiovisual de la realidad. La organización y estructura de imágenes y sonidos, según el punto de vista del autor, determina el tipo de documental. La secuencia cronológica de los materiales, el tratamiento de la figura del narrador y la naturaleza de los recursos dan lugar a una variedad de formatos. ((Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 8)

La cámara funciona como el ojo del director por el cual está representada la realidad que quiere mostrar, por este motivo el documental nunca va a poder ser objetivo, ya que el director va a tomar ciertas decisiones como: qué y cómo va a mostrar en la pantalla lo que el público va a ver.

El documental ha sido y sigue siendo un género importante para el cine y la televisión, aunque su popularidad ha variado según las épocas. Es muy complicado plantear una definición exacta. El término es utilizado por profesionales para designar diferentes productos, ya que existe una idea común aceptada sobre lo que es, pero cambia según las circunstancias. Debido a su flexibilidad y a que las técnicas del documental se encuentren en constante evolución es muy difícil definir el concepto. ((Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 17)

En un documental se van creando significados por medio del contenido los cuales pueden ser compartidos por los espectadores si se sienten identificados o conocen el contexto. Este tipo de formato no sólo sirve para mostrar la visión de un momento, sino también como un medio para ayudar a comprender temas tanto sociales como políticos.

El mundo siempre ha tenido la necesidad de entenderse entre los pueblos y sociedades y a través del género documental es que se hizo posible la llegada de esa inquietud.

Cardoso define el documental como una “obra cinematográfica generalmente de corta duración en la que tratan situaciones sociales, económicas, políticas, industriales, científicas, etc., que se realizan por lo general sin la participación de actores” (como se cita en *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, 2010, p. 16).

Un ejemplo de un documental “La desaparición de Madeleine MacCann” que se encuentra en la plataforma de Netflix. Cuenta los sucesos de la desaparición de la niña de 3 años en Portugal mientras dormía en la habitación del hotel cuando sus padres cenaban con amigos en el restaurant del lugar. Éste documental no solo relata los hechos de lo sucedido sino también, da a conocer la existencia de una red de trata de personas y cómo se manejan para secuestrar chicos. No solo se enfoca en la historia de Madeleine, sino también, da a conocer otros casos de secuestro en el mismo país y cómo los medios y la policía local reaccionaron frente a estos. Esta historia está contada con imágenes y videos reales, desde entrevistas a los padres MacCann y su seguimiento de la investigación hasta con videos ficcionales recreando escenas con actores para mostrar cómo podrían haber sido los sucesos de aquella noche en la que la niña nunca más fue vista.

Grierson define el documental como “todas aquellas obras cinematográficas que utilizan material tomado de la realidad y tienen capacidad de interpretar en términos

sociales la vida de la gente tal como existe en la realidad (como se cita en *Documental Televisivo : la transformación del género documental, 2010*).

Otro ejemplo, en este caso el documental del atleta Usain Bolt, cuenta la historia del joven desde sus inicios en el deporte hasta sus grandes hazañas en los juegos Olímpicos. En este caso, esta pieza audiovisual no cuenta con actores, son todos personajes reales de la vida de Bolt desde material de archivo de alguna de sus carreras hasta fotografías en la escuela y con su familia. Se realizan varias entrevistas principalmente a sus familiares y al entrenador quien lo acompaña en todo su proceso.

El documental tiene como deber buscar el modo y la forma más adecuada para representar la realidad que se quiere mostrar.

En definitiva, el documental es una construcción a través de un proceso de argumentación y este proceso altera el material tomado del mundo real, haciendo que la realidad parezca exagerada, condensada, dramatizada e incluso modificada. Cuando el espectador ve un documental mantiene la creencia de que no lo están engañando, un contexto en el que la importancia de la credibilidad del narrador resulta evidente (...) (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 30)

El cine describe el documental como una interpretación creativa de la realidad ya que su narración no contiene una mirada objetiva. Se representa la realidad desde la mirada del director, por lo tanto, esta realidad se desvirtúa y deja de ser verdadera y se termina modificando. Pero para la televisión, el documental intenta no caer en la subjetividad intentando ser lo más realista y objetivo posible.

Antes del nacimiento del cine, el arte y la fotografía eran los principales en representar los momentos de la vida y los acontecimientos históricos.

Debido a la creación del cinematógrafo por parte de los hermanos Lumiere, en 1895, la representación de la realidad comenzó a ser más fiel a lo que se mostraba. En sus primeros trabajos, estos inventores mostraban escenas de la vida cotidiana como la llegada del tren a la estación, la salida de los trabajadores de la fábrica y el desayuno familiar. Eran escenas de corta duración.

Una de las diferencias principales entre película y documental es el porqué de su creación. La película tiene como propósito entretener al público y el documental informar al mismo. También se diferencian por su duración: la película puede llegar a durar más de dos horas, mientras que el documental tiene una duración más corta.

Los documentales suelen tener un costo de producción más bajo mientras que las películas dependiendo de los actores, los efectos especiales y las locaciones un costo mucho más elevado.

En 1907 del cine que tuvo como protagonista a Georges Melies (mago) quien introdujo novedosos efectos especiales en sus películas y Edwin Porter que realizó una técnica del montaje paralelo.

El inicio del documental tiene como protagonistas a científicos que buscaban y tenían la necesidad de mostrar sus expediciones, tal como eran.

El primer film documental fue *Nanook of the North* realizada en 1915 por el director Robert J. Flaherty. Éste documental presenta la dura vida de una familia de esquimales que habita en Canadá en la Bahía de Hudson, en la zona de Port Huron. Cuenta la historia del día a día de esta familia, como cazan, pescan y su rutina de un día normal. Sin embargo, este film tuvo algunas modificaciones de la realidad, como por ejemplo la construcción de la mitad de un iglú para poder realizar la filmación dentro del hogar familiar, el nombre verdadero de Nanuk era Allakariallak y la que aparenta ser su esposa, Nyla, era la esposa del propio Flaherty. Esta falta de realidad se debió a la carencia de antecedentes de films documentales pero, a pesar de eso, no le restó importancia a la película y fue tomada como referencia para los futuros cineastas. *Nanook of the North* también se trató como un trabajo de investigación en el cual el equipo de filmación no solo retrató la vida de esta familia, sino que también convivió con el mismo pueblo para comprender más su cultura y hacerla lo más visible posible.

Diego Vertov, director de cine vanguardista soviético, creó un tipo de periodismo cinematográfico a través de una serie de documentales que mostraba escenas de la

realidad que se unían por un sentido, al cual se lo llamó Cine-verdad (Cinema Vérité). Este director revolucionó el cine documental con sus nuevas propuestas como por ejemplo los movimientos de cámara en *Man with the movie* que con esta técnica lograba mostrar diferentes aspectos de la vida, este film revolucionó el género documental.

Durante la época de la Segunda Guerra Mundial el género documental fue muy utilizado para retratar los trágicos momentos de las guerras y la miseria. Los nazis sacaron provecho y también generaron material para realizar propagandas para sus campañas políticas ya que eran transmitidas en el cine que en ese entonces tenía una gran influencia sobre el público.

En los años 60 la televisión tenía los ingresos de las taquillas cinematográficas y los documentales comenzaron a ser transmitidos en ese medio.

El paso del cine a la televisión también se debió al alto costo de la producción lo que volvió difícil la realización del documental. En las décadas de los 80 y 90 surgieron nuevos soportes como el DVD y el comienzo del uso de cámara en mano. La década de los 90 marcó una nueva era para el documental ya que con el avance de la tecnología los sistemas de grabación tenían alta definición y el montaje mejoró debido a los surgimientos de los programas más avanzados para la edición.

También se plantearon nuevas formas para realizar un documental desde el uso de imágenes reales como el uso de material de archivo, hasta el falso documental o ficción de apariencia documental utilizando testimonios y entrevistas falsas.

Gracias al avance de la tecnología, la realización de documentales se hizo más viable por los presupuestos más accesibles de cámaras y equipos para poder realizar el film.

Lo que el formato del documental hizo de manera novedosa fue mostrarle al público otras problemáticas del mundo del cual no tiene conocimiento, llevarlo a lugares donde no son accesibles comúnmente y conocer historias de vida y sus protagonistas mediante la realización de entrevistas a las mismas personas.

La búsqueda de la realidad es uno de los conceptos más importantes del género documental desde sus inicios.

Los géneros se definen por utilizar una serie de características que el espectador reconoce en trabajos y obras que pertenecen a una misma categoría y que pueden referirse al tema, los personajes, la ambientación, la iluminación, el estilo visual, la música, etc. En particular, los documentales mantienen algunos rasgos comunes; a pesar de sus múltiples estilos, contenidos y formato. (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 55).

Los documentales tienen diferentes géneros que lo caracterizan y que el espectador mismo puede llegar a identificar. Los géneros dependen del contenido que muestra y los temas que lleva a cabo el documental. Se los puede clasificar también en subgéneros como, por ejemplo: problemática social: injusticias, laboral, familiar; histórica: reconstrucción del pasado, relatos de hechos contemporáneos; etnografía: antropología, folclórica, de carácter cultural, de naturaleza: vida animal, vegetal, biológica, médico: investigaciones científicas, clínicas, operaciones; jurídico: criminal, policial, forense; arqueológico: paleográfico.

Los géneros principales que caracterizan al documental son: cinematográfico, televisivo y periodístico.

Al documental cinematográfico se lo puede definir como tipo de cine informativo y didáctico que intenta representar la realidad de la forma más objetiva posible. Pero tiene una particularidad como lo explica Daniela Zavala

En el caso del cine, estas obras ponen especial atención a las formas más elaboradas del lenguaje tanto en la estética de sus parámetros visuales, encuadres, iluminación, movimientos de cámara, etc., como en las relaciones sintácticas de sus planos y escenas, fruto del montaje. (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 22)

Se concreta con imágenes reales, testimonios, material de archivo, etc. Según su intencionalidad este género puede partirse en diferentes subgéneros:

El documental social es uno de los subgéneros y su función es pedagógica, por lo tanto, el contenido que muestra suele apuntar a diversos públicos dependiendo del mismo. Se basa en mostrar la realidad del mundo aportando material informativo e

instructivo. Pueden ser tanto temas generales como por ejemplo la globalización o temas particulares como una inundación.

Otro subgénero es el documental explorador que está estrechamente ligado al carácter etnológico. Su característica principal es la fidelidad al ambiente natural y el carácter de los hombres que se quiere reflejar.

El documental cronista, también forma parte del subgénero, tiene como objetivo informar desde el lado de la realidad con un punto de vista totalmente objetivo. Los hechos prevalecen de manera sincrónica, totalmente como fueron sucediendo. Intenta narrar de manera clara y simple los acontecimientos. Los documentos que se utilizan generalmente son los que recolecta el cronista de la escena.

El Cine-verdad o Cinema Vérité en este tipo de subgénero el documental tiene como objetivo representar tanto aspectos cotidianos como desconocidos de personajes públicos en un momento determinado, mostrando exclusivamente la realidad que presentan.

El documental de la naturaleza se caracteriza por crear planos con un grado de dificultad alto mostrando tanto la vida animal como la vegetal en su ámbito natural.

El documental histórico también parte de este subgénero introduce al espectador a los hechos y acontecimientos que sucedieron ya sea por imágenes de archivo de ese día o entrevistas a testimonios reales.

El documental ficcional, es en este género donde se interpretan escenas para mostrar hechos reales por eso suele tener un valor totalmente subjetivo. Suelen ser temas prehistóricos o de hace muchos años atrás que no tengan material para mostrar, es decir que no haya un registro visual de aquello que sucedió.

El documental contemporáneo donde el espectador es quien le da sentido a las imágenes y el sonido que presenta.

El documental científico se lo considera como el género que dio origen al documental, ya que los primeros documentales provinieron de este género. Este género también es

informativo y debe tener un lenguaje coloquial con respecto al tema que se está tratando para transmitir aquello que se está explicando.

Y por último, en el documental periodístico es donde el personaje principal es el periodista que realiza un registro de los hechos o acontecimientos que deberían tener conocimiento público. Tiene como objetivo generar conciencia social acerca de algo en particular para que se conozca y se pueda realizar un cambio si se lo desea.

El género de documental televisivo como dice Daniela Zavala “ (...) es el resultado de una adaptación del documental cinematográfico a las exigencias del medio, en especial cambia la forma de expresión, lenguaje y el mercado al que va dirigido (...). (2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental*, p. 22).

La televisión es elemento de gran una influencia en la vida cotidiana del ser humano. En los inicios los primeros documentales realizados para la televisión estaban destinados para la gran pantalla del cine, por este motivo se debían filmar en un soporte cinematográfico. Por lo tanto, se puede decir que el documental televisivo es una adaptación del documental cinematográfico con las mismas exigencias, solo que cambia el público al cual va dirigido y por ende, el lenguaje.

El término documental en el caso de la televisión se adjudica a los programas que no pertenecen al género de no-ficción. Este tipo de documental también tiene una mirada objetiva y tiene una gran influencia por parte del reportaje.

Las características del documental televisivo para aclarar mejor su definición son: Investiga un tema de la realidad y lo muestra tal como es. Revela todo acerca del tema, lo profundiza y genera conocimientos. Muestra el material de primera mano, ya que todo fue filmado en el momento del suceso en donde ocurrieron los hechos. Puede variar su duración ya que en la televisión plantea una programación ya definida. Generalmente su duración es de 1 hora (para la televisión). Debe haber una investigación previa para luego contar los hechos de manera correcta, y por último, el director es el encargado de mantener el interés del público y que el documental sea llevadero para el mismo, utilizando técnicas y recursos que lo hagan dinámico y entretenido.

El documental periodístico es un género informativo autónomo que se basa en los temas de la actualidad. Este tipo de género no se centra en un solo tema, sino que el periodista extiende su cobertura en torno a todo un fenómeno.

El documental periodístico no solo muestra la realidad para que el público lo mire, sino que también lo hace a partir de un argumento por el cual va justificando a lo largo del discurso narrativo. El objetivo es que el público interprete y reflexione acerca del tema propuesto. Para realizar este discurso argumentativo es fundamental la aparición de testimonios y expertos en el documental.

Por ejemplo, en el documental "Viven" se cuenta la historia de un avión que se estrelló contra la cordillera en el cual viajaba un equipo de rugby, unos pocos sobrevivieron y sufrieron el frío de las bajas temperaturas en la montaña. En este documental se realizaron entrevistas a los sobrevivientes en las cuales relataron los acontecimientos que sucedieron esos días. No solo fue relevante el hecho de que se realizaran estas entrevistas para el documental sino también que esté presente en el mismo un experto en aviones para contar desde su conocimiento porqué el avión se cayó y no pudo llegar a destino.

Como todo tipo de documental, es importante el trabajo de investigación previo para que en este caso se cumpla la función del "periodismo responsable". Para preparar este tipo de documentales no solo se toman en cuenta los temas que serán de interés en la actualidad, sino también los temas de la actualidad que se sabe que no van a dejar de interesarle al público en las próximas semanas e incluso meses.

Es importante conocer también como se lleva a cabo un documental, es decir todo el proceso previo a la realización del mismo. Para crear un documental con una visión objetiva lo primero que se debe hacer es investigar sobre el tema que se va a representar. El director debe tomar un punto de vista para representar esa realidad que se quiere tomar.

Para que un documental sea exitoso debe representar esa realidad con la mayor cantidad de elementos y hechos que se puedan obtener, tiene que, contra una gran

historia o acontecimiento, llevar a la pantalla algo importante que mientras más fiel sea a esa realidad mejor va a ser ese material.

Una vez recolectada toda la información necesaria, se pone en práctica el cómo y qué se va a contar, desde qué punto de vista, qué tipos de planos, encuadres y qué material de archivo se va a usar. El objetivo es llevar al espectador a que sienta inquietudes acerca del tema, que pueda crear sus propios sentimientos y sentirse un testigo. Que el director cuente desde su punto de vista no quiere decir que influya en el pensamiento del espectador que va a crear su propia postura frente al mismo.

National Geographic fundado en 1888, ha permitido gracias a sus documentales a que el espectador pueda asomarse al mundo de imágenes que le serían inalcanzables en su vida cotidiana.

Los 10 mejores documentales según los críticos de *National Geographic* fueron: *El mundo según Jeff Goldblum*, muestra al mundo según su visión diferente en una serie de 12 episodios. En segundo lugar: *Apolo, Misiones a la Luna*. Es la historia del Proyecto Apolo con sus 12 misiones tripuladas. Hay grabaciones inéditas y mucho material que ayuda a comprender la complejidad del proyecto. Luego *Marte dentro del Falcon Heavy* Es un documental de apenas 45 minutos y resume el viaje de tres años de Elon Musk para construir la nave más grande de la historia. En el cuarto puesto *Drenar los Océanos* narra sobre buques hundidos, tesoros, leyendas y hasta el estudio de la desaparición del famoso vuelo 370 que se perdió con 239 pasajeros. Le sigue en el quinto lugar *Grandes Migraciones*: cuenta como las diferentes especies emigran por todo el planeta. Hay una explicación científica para ello. Después *Nuestro Planeta* que es un documental con famosos. Dónde Darren Aronofsky da su visión del planeta Tierra y sus defensas naturales y la presenta Will Smith. En séptimo lugar *Jane*: que fueron 100 horas de grabación del trabajo de la científica Jane Goodall y su trabajo con los chimpancés.

Todos ellos están en la lista de los 10 mejores documentales de National Geographic.

Netflix tiene también su sección especializada en documentales. Desde investigaciones periodísticas a historias inéditas.

En una breve reseña se nombrarán a *Wild Wild Country*, sectas contra radicales que cuenta la historia de Bhagwan Shree Rajneesh, un gurú indio que se instala en Oregón y termina de la peor manera con violencia y paranoia; *Jim y Andy*, posesiones artísticas contada por Jim Carrey acerca del rodaje de *Man on the Moon* de Milos Forman; *Amanda Knox: ¿culpable?*: Un asesinato contado desde distintas versiones. Son innumerables los documentales en los que ha incursionado Netflix al igual de los que se pueden buscar en la plataforma de You tube.

Para conocer más del mundo documental hay que remontarse a *Nanuk el esquimal* considerado el primer documental, fue rodado en 1922 y dirigido por *Robert Flaherty*. Es un documental mudo con elementos de docudrama.

Flaherty nació en *Michigan* en 1884. Estuvo casado con *Frances H. Flaherty* quien recibió un Oscar al mejor guión original por *Louisiana Story*.

Su método fue vivir con los nativos inuit e ir filmándolos diariamente en su vida cotidiana.

Aunque tenía previsto el final de la historia con un pre-guión, para poder filmar construyó un iglú por la mitad para que pudiera introducirse la cámara. Tuvo muchísimo éxito de público.

Ante esto la *Paramount Pictures Corporation*, una de las grandes productoras y distribuidoras del cine, quiso contratarlo para una segunda entrega con los nativos de Samoa, pero al no encontrar nada llamativo en la vida cotidiana para contar, el proyecto quedó trunco.

Es interesante conocer la historia de los documentales, cómo avanzaron técnicamente con el tiempo con la idea de contar una historia-verdad utilizando una narrativa establecida.

Durante la segunda guerra mundial, los noticieros hacían entregas diarias desde el mismo campo de batalla, donde la realidad estruendosa priorizaba las entregas en las pantallas de cine y de los televisores.

Para iniciarse en un nuevo proyecto documental es muy importante guiarse por todos los documentales aquí reseñados.

La mejor manera de aprender es seguir a quienes ya dieron este paso anteriormente.

Por eso hay que verlos detenidamente, y reverlos, mirar los encuadres, observar las luces, aprender qué aportan las tinieblas a la intimidad y qué la luz plena a una imagen.

Estar atentos a los tonos de voz. Entender cuándo se quiere transmitir derrota o cuando la euforia del triunfo. Seleccionar cuidadosamente la musicalización.

Para realizar este trabajo se debe tener en cuenta tres fases importantes que son la pre-producción, la producción y la post-producción

La pre-producción es la etapa en la cual se va a definir el tema que va a tratar el documental, se realiza una investigación profunda sobre la misma y se definen todos los detalles para la realización del rodaje. Se lleva a cabo el guión, se lo analiza y se lo modifica según la propuesta del director. También se decide el equipo técnico de trabajo, distribución de roles, personajes, presupuesto, viáticos, locaciones, horarios, se realiza el plan de rodaje y se busca opciones para el caso de un plan B. Se desarrolla la hipótesis, se decide qué se pregunta, el porqué de una problemática ya sea un fenómeno, acontecimiento o hecho o proceso histórico. Es importante también caracterizar al público al cual va dirigido y sus características. No es lo mismo el material dirigido a científicos, que a deportistas, adolescentes, amantes de la naturaleza y el mundo animal que a cualquiera interesado en conocer acontecimientos históricos, políticos o sociales.

Cuando se perfila por ejemplo el tema de la Clínica de hockey, se debe tener en cuenta principalmente al público adolescente que quiere integrarse a un equipo, por lo

tanto, el manejo del lenguaje debe corresponder al de esta franja etaria y a sus gustos, y tomar como potenciales consumidores a las familias y los clubes deportivos.

Se realiza un inventario de las fuentes desde las personas, la más importante, hasta los libros y documentos donde se adquiere la información. Estas personas pueden ser directas (testigos, protagonistas) o indirectas, que completan y aportan a la problemática.

Una vez finalizada esta etapa comienza la producción.

En la producción es dónde se pone en marcha todo lo que se trabajó y las decisiones que se tomaron durante la pre-producción. Es la etapa de filmación.

Para evitar cometer un mínimo error lo que se utiliza es el plan de trabajo que es una carpeta en la que se anota todo lo necesario para ese día de grabación como el equipo de trabajo, permisos de filmación, seguros de los trabajadores, etc. Todo tiene que estar bien especificado en esa carpeta para que el día que se lleve a cabo el rodaje no falte ningún elemento.

Se realiza la escaleta que es un punteo del guión, en donde se explica qué sucede en cada escena de una manera bien resumida para facilitar el trabajo de filmación.

Una vez finalizado el rodaje se visualiza todo el material filmado y también el material de archivo para comenzar la edición, proceso que se lo denomina post-producción. Después de este proceso se pasa a la etapa de edición final donde se decide el orden definitivo de cada toma, la duración, la sincronización del sonido, la gráfica y efectos especiales si requiere.

El proceso de edición tiene como objetivo darle sentido y ritmo a los planos y construir una narración acorde a la mirada que el director propuso para el documental. Se aplican las transiciones entre los planos ya sean fundidos, encadenados, cortes, etc y se sincroniza el sonido, se le agrega la música, se aplica la corrección de color y los cortes de planos.

En la sala de montaje es el lugar donde se ponen a prueba los distintos métodos del rodaje y la validez del guión. Los resultados siempre son distintos al que el director

aspira, nunca las premisas establecidas pueden llevarse a cabo exactamente de la manera que se quiso lograr.

Todo este proceso que se lleva a cabo en la edición, construye el producto audiovisual del film el cual va a reflejar todo lo propuesto en el guión.

1.3 Documental en la televisión actual

Para comenzar, la televisión es un elemento que comunica a nivel global y tiene una influencia muy grande en la vida cotidiana de las personas. Este medio tiene como fin tanto informar como entretener al televidente.

El género documental desde sus inicios tuvo como principal enfoque informar, pero como algunas personas lo veían como algo aburrido tuvo que modificar su contenido y hacerlo más entretenido.

El documental televisivo es el resultado de una adaptación del documental cinematográfico a las exigencias del medio, en especial cambia la forma de expresión, el lenguaje y el mercado al cual va dirigido (...) asimismo, el documental televisivo lo único que puede garantizar es una interpretación o recreación fiable de esa realidad (Zavala Calva ,D, 2010, *Documental Televisivo: La transformación del género documental* p. 22).

En la televisión actual algunos canales transmiten documentales como HBO y National Geographic, History Chanel, BBC, CNN, ESPN y a nivel nacional en la Argentina canales como Tv Pública y Encuentro.

En la actualidad con la incorporación de Netflix en el mercado, el televidente migró a esta plataforma dónde encuentra más contenido de forma organizada. Esta interfaz cuenta con secciones dónde se dividen películas de series y documentales y hasta los géneros de los mismos. Pero sin embargo, el género documental sigue vigente en la televisión actual. Muchos programas como LN+ y ESPN sacaron su propia sección dónde muestran capítulos de sus series documentales presentando diferentes contenidos. Es una manera de mantener la atención del espectador y generar nuevo contenido para mostrar en los programas.

También es importante saber el consumo de este medio audiovisual que es la televisión y las distintas plataformas tales como Netflix y cómo influyen en las personas.

Mariana Pellegrino (2016) en su texto "Entretenimiento, cultura y doble click", alude a *Netflix* como la estrella que logró cautivar a la audiencia no solo por el contenido, sino por su forma de mostrarlo: actualmente, las plataformas que ofrecen contenidos *On Demand* incrementan la cantidad de usuarios suscriptos. La autora agrega que ya no se espera a un día y a un horario específico para ver un programa; el contenido está disponible para cuando el usuario quiera verlo y en el momento que este precise. "Para ver televisión hace falta puntualidad"(p. 23), pero los espectadores no siempre son puntuales, ven lo que está disponible en el momento en la televisión, o se la pasan haciendo zapping, y si quieren ver más contenidos, satisfacen esta necesidad en las plataformas y no en la televisión. Es por eso que, como afirma esta autora, "en la pelea por la atención de la audiencia, el contenido sigue siendo el rey" (p. 30) y es fundamental prestar atención a estos cambios que se dan con respecto a la manera en el que se consume ese contenido.

Para comprender mejor estos cambios, hay que referirse al reporte sobre consumos digitales a nivel mundial y en el caso específico de Argentina- que realiza la consultora global We Are Social. De acuerdo al estudio realizado en enero de 2019, como se observa en la Figura 1, del total de la población mundial, el 57% son usuarios de Internet, y el 67% usan dispositivos móviles. De estos, el 42% usa las redes sociales en sus dispositivos. En Argentina Figura 2, Internet tiene una penetración del 93%, con 41.5 millones de usuarios dentro del total de habitantes. Las personas que usan redes en sus dispositivos representan el 69% del total de usuarios, y, con relación a los soportes que más utilizan, a pesar de que la cantidad de personas que poseen smartphones y computadoras es alta 73% y 48% respectivamente- la televisión sigue teniendo más peso, dado que el 91% de la población tiene al menos una televisión de cualquier tipo en sus hogares, como se puede ver en la Figura 3. El reporte indica que

el 88% de los usuarios argentinos accede a Internet desde cualquier dispositivo al menos una vez por día, y el tiempo promedio que pasa en Internet es de 8 horas 19 minutos, del cual dedica 3 horas 18 minutos al uso de redes sociales Figura 4. En cuanto al tiempo que pasamirando contenidos audiovisuales, tanto en canales *Broadcasting* como en plataformas *On-demand*, es de 3 horas 9 minutos.

Pero, a pesar de que la TV sigue teniendo un peso importante, también se dedican muchas horas al uso de Internet móvil: en Argentina el promedio es de 4 horas 20 minutos, como se ve en la Figura 5, una hora más que el promedio de tiempo dedicado a Internet móvil a nivel mundial. Esto se corresponde con lo mencionado anteriormente sobre las preferencias de los consumidores, que tienen nuevas modalidades de consumo de contenidos de entretenimiento, por ejemplo, en transportes públicos utilizando sus celulares.

1.4 El fortalecimiento y debilidades de la televisión

Es importante saber que la televisión más allá de tener un gran poder, también presenta debilidad y conocer las mismas implica aprovecharlas para poder producir un material que pueda ser exitoso. La televisión, a diferencia de otros medios de comunicación, tiene llegada a toda la población, es decir que hasta en los lugares donde se presenta extrema pobreza se puede encontrar un televisor en el hogar. Otra de las ventajas es que este medio de comunicación transmite imágenes y sonidos a través del tiempo, es decir que puede utilizar las imágenes registradas y volver a mostrarlas en otro momento. Podemos obtener información de lo que está pasando en otra parte del mundo de manera instantánea. La televisión es uno de los medios que capta la atención del espectador de una manera rápida ya sea por el sonido o la imagen que muestra. Representa una fuente de entretenimiento y aprendizaje para todas las edades y se pueden encontrar una gran variedad de programas con diferentes contenidos como por ejemplo Disney Channel que presenta una programación para los más chicos y National Geographic con contenido para

adultos. Por el otro lado, están las debilidades de este medio, una de ellas es que la televisión modifica una gran parte de la realidad seleccionando lo que éste desee transmitir y comunicar al espectador. Es un medio que si desea transmitir demasiada información, el espectador va a rechazar esta propuesta. El uso excesivo de la televisión tanto por parte de los adultos como de los niños pueden afectar en su desarrollo y crear una adicción frente a la misma.

Espor eso que el documental televisivo utiliza una edición sencilla y ágil para intentar captar la atención en todo momento del espectador. No se utiliza demasiada información y las imágenes o videos acompañan el relato en *off* del comentarista.

El documental en la televisión debe ser interesante y ofrecer algo diferente a lo que presenta este medio para que el espectador lo mire. El objetivo principal de una producción es atraer la atención del espectador.

Si bien, la televisión es un medio que atrae a una audiencia muy amplia y es por este motivo que se buscan que los temas que tratan sean comprensibles para todas las personas. En definitiva como ya se habló en este capítulo, el documental busca aportar información novedosa o no tan conocida por el público.

Una vez captando el interés del público, el objetivo del documental es mantener su atención durante el mismo, hasta que esta concluya.

Para un programa de televisión que sólo transmita información le va a ser más difícil atraer la atención al público, ya que éste necesita que se le generen sensaciones y sentimientos.

Para poder introducirse en la audiencia y llegar a despertar estas emociones, el director del documental debe tener un gran conocimiento de los recursos y técnicas para lograr este impacto. Asimismo también debe tener en claro desde un principio cuál es el mensaje que se quiere transmitir y la determinada manera en cómo se va a lograr. Por eso es importante investigar todo a cerca del medio y de el público al cual se va a dirigir el documental.

Capítulo 2. Formato televisivo

En este capítulo se va a llevar a cabo la definición del formato televisivo viendo algunos ejemplos para diferenciar un formato de otro. Se va a tener en cuenta cómo se crea un formato y se van a analizar canales deportivos tales como ESPN, TyC sports y DeporTv para ver los diferentes contenidos que presenta cada uno.

2.1 Formato televisivo

Para empezar, es importante entender qué es un formato televisivo.

De esta manera lo define Diego Guebel, CEO de la productora argentina Cuatro Cabezas “un formato es el concepto o idea de un programa que tiene una combinación única de elementos (escenografía, reglas, dinámica, temática, conductores...) que lo hace único y lo diferencia claramente de los demás. También debe poder adaptarse y aplicarse a distintos territorios y culturas sin perder su esencia y fin”.

Podemos decir entonces que el formato es la idea diseñada para crear el programa de forma planificada y también que se adapte a diferentes públicos de distintos países del mundo, siendo a su vez original o lo más diferente posible al resto.

Hay diferentes formatos aún para la misma temática como programas de noticias, culturales, musicales, etc. Donde más se busca la originalidad es en los programas de entretenimientos para atraer la atención de los televidentes.

Un ejemplo de formato: “*Ellen Degeneres Show*”, conducido por la comedianta, actriz y presentadora estadounidense *Ellen Lee Degeneres*, quien realiza un programa de entrevistas tanto a famosos como a personas que se destacan en las redes sociales o están en circunstancias críticas en la vida. Este programa está definido por su contenido, el televidente que sigue su transmisión sabe qué se va a presentar y cómo va a ser el show y la escenografía que va a mostrar. Conoce el formato y quiere ser sorprendido por los contenidos.

Otro formato muy conocido en la televisión es La voz argentina o *"The Voice"*, a nivel internacional, que busca un ganador a través de una competencia de canto pasando por distintas instancias, pero tienen como particularidad que el jurado, a diferencia de *"America's Got Talent"* y *"American Idol"*, dos programas con contenidos similares, se encuentran de espaldas al participante para no crear prejuicios. Es así como la creación del formato para *"The Voice"* buscó reinventarse más allá de realizar la misma competencia que los otros programas despegándose un poco del formato inicial utilizando esta nueva forma de seleccionar a los participantes al estar el jurado de espaldas a ellos.

Los formatos pueden ser similares entre sí pero cada programa siempre busca tener algo original. La decisión de tener público o no en el programa también es relevante ya que este puede tener participación en el mismo como en *"América's Got Talent"*, donde con sus aplausos y entusiasmo contribuyen a la decisión del jurado.

O como en la emisión local, *"Pasión de Sábado"*, en que la presencia del público en el estudio alienta a las bandas musicales. También el americano *"Doctor Oz"* hace participar al público convirtiendo un programa médico en un formato novedoso.

Otro ejemplo diferente son los formatos periodísticos, en especial los noticieros donde todos tienen un formato similar porque se considera que la estrella de estos programas son las noticias, por lo que la escenografía trata de no ser distractiva.

El formato más común a través de los años tiene a dos conductores, la mayoría de las veces los encuentran sentados tras una mesa o mostrador necesarios para el apoyo de sus computadoras y papeles, preferentemente una pareja de un hombre y una mujer presentando la noticia con tiempo estipulado en no más de 3 minutos para cada tema, si no es excepcional, donde se la ilustra con el móvil de exteriores o entrevistas en pantalla, algo que se ve seguido en estos programas.

Otros envíos periodísticos eligen a un conductor con un panel de especialistas donde se tratan los temas del día.

Uno de los más polémicos en Argentina fue “CQC” (caiga quien caiga), un programa semanal que mezclaba el humor con el entretenimiento y lo periodístico. Lo que fue innovador, y por eso también este formato fue tan exitoso y tuvo sus réplicas en varios países, ya que el formato fue vendido al exterior. Una particularidad fue que realizaban entrevistas no pautadas, es decir no planificadas, las llamadas en la jerga periodísticas "notas de asalto" donde reporteaban directamente y sorprendían a la persona, aunque se tratara de un alto funcionario, para interrogarla.

“*Almorzando con Mirtha Legrand*”, inició los almuerzos en la televisión en 1968 y sigue al aire después del tiempo transcurrido. Era impensable que los personajes invitados comieran frente a las cámaras. Una innovación en su momento que se convirtió en éxito.

Los programas de entretenimientos con preguntas y respuestas con premios son considerados muchas veces como programas culturales y de entretenimiento.

“*Odol Pregunta*” constituyó un hito en su momento con la conducción de Cacho Fontana y hubo programas recordados hasta hoy con participantes como el niño de 9 años Claudio María Domínguez que contestaba sobre mitología griega y que al ganar un millón de pesos fue recibido por una multitud a su regreso a Mar del Plata.

Los participantes asombraban con su sabiduría sobre un tema elegido.

El fútbol es el que más formatos televisivos ha aportado en nuestro país acerca del mundo del deporte. “*Pasión por el Fútbol*”, es uno de ellos, con destacados conductores que mantienen polémicos enfrentamientos acerca de las jugadas o el comportamiento de los referís. El que mayores galardones y rating ha obtenido es *Torneos y Competencias* o “*Fútbol de Primera*” que es un compendio de los partidos de la primera división.

2.2 Creación del Formato Televisivo

La creación del formato televisivo exige tanto de la creatividad como de la intuición de las apetencias del público del momento. Algunos creadores de formatos como Charlie

Parsons se hicieron millonarios con la creación de un único formato. En su caso fue “*Survivor*”. Inspirado en un caso único como fue la tragedia de los Andes, cuando un avión con un equipo de rugbiers uruguayos se estrelló en una montaña en su camino a Chile adonde iban a disputar un partido. Estuvieron más de 60 días en el medio de la nada y el intenso frío y nevadas, sin comida y sin la ropa adecuada. Fue una odisea increíble cuando los encontraron a un día de Navidad y cuando no se tenía la menor esperanza de encontrarlos con vida.

Fue la persistencia de un padre, el artista Paez Vilaró quien siguió buscándolos y un arriero chileno quién finalmente se topó con dos de ellos que habían abandonado el lugar en busca de ayuda. En el caso de Parsons supo encontrar el desconcierto del público ante la capacidad increíble de encontrar sobrevivientes cuando nada lo hacía posible en esas circunstancias y el de recrear situaciones extremas en lugares inhóspitos para convertirla en aventura. Para ello hicieron falta la intuición del interés despertado en el público, el seducir a un grupo con diferentes características entre sí que resultaran con personalidades atractivas por sus diferentes caracteres.

Tener una idea de duración y secuencia de las presentaciones en pantalla.

Buscar al adecuado equipo de producción que pudieran lidiar con los límites físicos de los participantes sin llegar al extremo de que abandonaran el proyecto rápidamente, ni que sufrieran algún accidente o deterioro irreversible llevándolos al límite de sus fuerzas. Debía haber también un conductor que siguiera el hilo de la trama. Y que este formato pudiera replicarse con éxito en diferentes contextos y países.

No solo la idea es necesaria para la buena implementación de un nuevo formato, sino que uno de los grandes secretos es el armar un eficiente equipo de producción, que se complementen entre sí. Y ni hablar de precisar con exactitud el presupuesto que tiene que alcanzar hasta la duración del proyecto teniendo en cuenta los considerables imprevistos que siempre surgen.

También es importante tener en cuenta el tiempo de duración, y si el éxito acompaña poder prever la extensión del programa asegurándose el aire suficiente en la pantalla del canal de televisión para esa eventualidad.

Un caso emblemático fue el de uno de los más exitosos conductores del medio televisivo. Cuando llega el verano, caen las programaciones de los canales de televisión y se suben contenidos más económicos porque los anunciantes derivan sus presupuestos a las zonas de vacaciones y turismo.

Le dieron en ese momento una oportunidad a Marcelo Tinelli con *“Ritmo de la Noche”*, hubo un momento en que por falta de rating levantarían el programa que finalmente se extendió por unos días más. Gracias al equipo que supo armar y conducir, el programa despegó y fue cambiando y probando nuevos formatos hasta que *“Bailando por un Sueño”*, un formato que mezcla talento y escenografía, con cómicos, peleas, vestuario y espectacularidad pasara a ser el más visto de la televisión.

Hay formatos que basan su éxito en el atractivo de sus conductores, Marcelo Tinelli, Mirtha Legrand, Susana Giménez y ahora Pampita que rodeados de un gran equipo de producción tienen a sus fans seguidores desde siempre.

Las cadenas, más que nunca están al acecho de las nuevas ideas y formatos que puedan ser exitosas.

Las telenovelas románticas que cuando llegaban al máximo suspenso prometían una nueva entrega semanal han cedido un poco su protagonismo a las series.

El clásico formato de las telenovelas, con la chica humilde pero honesta que se enamoraba del rico patrón inalcanzable y la mala que tejía confabulaciones entre la pareja que alargaban la historia en medio de malentendidos hasta llegar al final feliz, ya no tiene a sus seguidoras amas de casa en la espera de su príncipe azul.

Al modernizarse la mujer y salir al mundo del trabajo sus expectativas han cambiado.

“Amo y Señor” fue una de estas producciones que convirtieron en famosos a la pareja protagonistas de Arnaldo André y Luisa Kuliok. Causó repercusión mundial por combinar dosis poco usuales de erotismo y violencia y a guionistas emblemas como el

famoso Alberto Mígré, autor de novelas que paralizaron países. Fue el guionista entre otras obras como “*Pobre Diabla*”, “*Una voz en el teléfono*” o “*Rolando Rivas taxista*”, entre otras.

Otra de las grandes creadoras de formatos destinados a la franja adolescente es sin duda Cris Morena. En el 2006 uno de sus exitosos títulos fue “*Chiquititas*” que complementaba con teatro en las vacaciones escolares.

Ante el retroceso de las telenovelas aparecen las series como la exitosa “*Downton Abbey*” de la BBC dónde el gran cambio tiene que ver con las grandes producciones y sus fastuosos escenarios. Narra las vidas de la familia *Crawley* y de sus sirvientes en la casa campestre de la familia. Todo comienza con una muerte en el hundimiento del Titanic en 1912 que deja el futuro de la propiedad sin herederos. Tuvo 52 episodios desde 2010 al 2015. Estos cambios tienen que ver con la competencia del mundo digital y de los *streams* procesos en tiempo real.

Entonces se puede decir que para crear un formato televisivo primero se necesita una idea original, saber qué se quiere contar y cómo se quiere contar. Luego es importante definir el género como puede ser de ficción, entretenimiento, informativo, etc.

Por ejemplo: formato de un *reality show* como “*Gran Hermano*” donde se muestra un grupo de personas conviviendo en una casa por un tiempo determinado sin poder salir al menos que el jugador quede eliminado. Este *reality* tiene como objetivo mostrar el día a día de lo que está pasando en el lugar y entretener al público que también se encuentra involucrado en el programa ya que puede votar a los participantes y decidir quien sigue en la casa y quien queda eliminado buscando un ganador.

Otro ejemplo sería un formato dónde no hay competición como en el caso de “*Perdidos en la Tribu*” un programa de *reality show* que fue transmitido por Telefé en el 2012, dónde tres familias argentinas y tres tribus originarias de África y Asia conviven un mes con el objetivo de mostrar las diferentes culturas y costumbres de cada sociedad. En ambos formatos se buscó un perfil para elegir a los concursantes, se realizó un guión previo para que el programa tenga un contenido entretenido para el

espectador y se eligió a un conductor o presentador para que relate los acontecimientos de los sucesos. Luego de estos tres meses de que los argentinos vivieran en las tribus adaptándose a las primitivas formas de vida, volvían a sus hogares con una recompensa de \$100.000 pesos para la familia si lograban sobrevivir a esas condiciones durante los tres meses.

Para crear un formato televisivo todos los detalles son imprescindibles para que se pueda generar un programa distinto al resto. Desde la idea principal, el armado de la escenografía, el diseño de la misma, los conductores que van a llevar a cabo el programa, el género que se va a elegir y al público al cual va a estar dirigido. Esto y todo lo mencionado en este capítulo son parte de lo que es un formato televisivo.

2.3 Canales deportivos en la TV

Diferentes son las pautas de los canales deportivos en la TV. Para los amantes de los diferentes deportes tienen competencias de sus equipos favoritos y juegos en vivo. Los fanáticos de los deportes y en nuestro país, del fútbol en especial, la importancia está en destinar varias cámaras que muestren los diferentes ángulos de las jugadas en vivo con los resultados al momento y donde prevalecen los conductores favoritos, que comentan entre ellos al público como si fueran un compañero. En general el o los conductores han sido estrellas del deporte que transmiten y que conocen al detalle la vida y las reglas del juego que comentan. Los distintos estilos han creado épica entre sus seguidores.

Victor Hugo Morales con su famoso ta, ta, ta, creaba el suspenso ante una jugada peligrosa de gol. Juan Pablo Varsky en la actualidad, es uno de los que se destaca junto a Diego Latorre.

Enrique Macaya Marquez es comentarista de Fox Sports. En 2009 comentaba en *"Fútbol de Primera"*. Cubrió todo evento de campeonatos locales e internacionales.

En un mercado de pases con mucho movimiento de técnicos el lenguaje de los programas de TV es muy directo y barrial como se supone que, al hincha, los interlocutores de estas plataformas esperan.

Son varios los deportes que se televisan, rugby con las giras internacionales de los jaguares y en su momento de los pumas, las leonas en hockey. Los campeonatos de tenis y la Copa Davis donde participa Argentina. El interés crece cuando en los campeonatos internacionales llega a la final un argentino. La época de Vilas o Del Potro y Gabriela Sabatini hicieron que la difusión del deporte aumentara. También con el cordobés Cabrera en golf o las carreras automovilísticas de turismo carretera que se televisan en las mañanas de los domingos para los amateurs, o la espectacularidad de cuando Reuteman competía en Fórmula 1.

El *fixture*, los campeonatos, la súper liga, el béisbol americano, las olimpiadas y los mundiales son los mayores vendedores de equipos de TV y de los nuevos modelos de televisores que salen a la venta durante los mundiales de futbol y las olimpiadas.

Otra de las novedades en el deporte televisivo es el ingreso de las comentaristas femeninas.

Televisa mexicana presenta todas las temporadas a espectaculares mujeres. Este año la figura principal de Central Sport que venía desde hace 6 años trabajando de Fox Sport, Valeria Marín daba la noticia oficial del pase del año al haber sido contratada por Televisa

Anna Kraff en Alemania, Alina Moine quien actualmente trabaja en ESPN conduciendo "Sports Center". Son varias las mujeres que están ocupando posiciones destacadas como presentadoras deportivas.

Algunos de los programas que se van a analizar por su trayectoria y formato son los siguientes: TyC Sports, ESPN y Deport Tv.

TyC Sports es un canal deportivo argentino que se incorporó a la TV el 3 de septiembre de 1994 bajo la conducción de Gonzalo Bonadeo y Alejandro Fabbri. Este fue el primer canal argentino de deportes y uno de los más dinámicos del mercado.

TyC Sport fue pionero por estas dos cualidades: su grilla de programación y la transmisión de eventos importantes. Este canal también propuso una programación de 16 horas en vivo transmitiendo eventos y partidos. “El estilo y la originalidad de la programación de TyC Sports no solo le permite estar al frente de las mediciones, sino también mantener una fuerte vigencia en las audiencias”(TotalMedios,2019). Esto se generó gracias al formato que presentó el canal, sin una idea inicial y un guión a seguir, sería imposible construir un buen programa y que el público siguiera consumiendo el contenido del mismo. En la web de Total Medios una nota del surgimiento de TyC Sport (2019) explica sus inicios en la televisión.

Fue también a partir del nacimiento de TyC Sports que el público argentino pudo empezar a disfrutar de las transmisiones regulares de torneos de fútbol, tenis, básquet, vóley, hockey, automovilismo y atletismo, etc. Y coberturas de los principales eventos deportivos internacionales. Desde Atlanta 1996, cuando realizó la primera transmisión integral de un Juego Olímpico, hasta la actualidad, TyC Sports televisó seis Mundiales de fútbol, seis Juegos Olímpicos, y cinco Juegos Panamericanos y siete ediciones de la copa América.(TotalMedios, 2019)

TyC fue abriendo su contenido de a poco e involucrando deportes que antes no transmitía, se puede decir que fue el primer canal que tuvo como objetivo acompañar y seguir el crecimiento de los atletas argentinos realizando coberturas en los lugares de los acontecimientos, realizando secciones con “material especial” involucrando un importante movimiento tanto de producción como periodístico.

Es así que luego de 25 años de transmisión en la televisión argentina, TyC Sports, lanzó una serie documental llamado “VAR” con la conducción de Ariel Senosian, recordando momentos destacados del deporte argentino con material inédito, entrevistas actuales y diferentes puntos de vista.

ESPN, sus siglas significan *Entertainment and Sports Programming Network*, opera y produce canales de televisión, radio, web revistas y libros relacionados con el deporte. Este canal fue lanzando diferentes programas como ESPN2 que se inauguró en 1993 para captar la atención del público juvenil fanático de deportes transmitiendo deportes extremos, motocross, snowboard. En sus primeros años ESPN2 realizaba algunas

retransmisiones deportivas, luego incluyó transmisiones destacadas en vivo y más adelante presentó varios programas de noticias de media hora de duración que tuvo como protagonistas al fútbol americano, hockey y automovilismo. Otro programa es ESPN3 que lanzó su nueva multiplataforma bajo el concepto “cuando quieras, dónde quieras” y se divide en cuatro bloques según su contenido que se pueden ver por televisión, internet o móvil, estos son: ESPN 3.0: deportes extremos (XGames de verano y XGames de invierno), ESPN Compact: resumen de una hora con lo mejor de los eventos deportivos, ESPN Series: series, documentales y programas de ESPN y ESPN Live: eventos deportivos con transmisiones en vivo.

Otro programa que salió en la televisión fue ESPN+ con el objetivo de transmitir las 24 horas del día en alta definición eventos de fútbol internacional, rugby, golf, deportes estadounidenses, entre otros.

Para expandirse y abrirse a otras plataformas se creó ESPN play, una aplicación con programación en vivo que consiste en la emisión de eventos deportivos como fútbol, tenis, rugby, basquetbol, hockey y otros. Para poder ver y tener acceso a la transmisión desde otras plataformas como el celular, *tablet* o computadora al mismo tiempo que se transmite en la televisión para que el usuario pueda ver el contenido desde su celular, tablet, computadora o cualquier otro dispositivo móvil que tenga a la alcance.

Otro de los canales de televisión argentino es DeporTv que se especializa en programación deportiva. Este fue creado en el 2012 por la Presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner con el fin de fomentar el deporte argentino. Al principio sólo transmitía las competencias profesionales de Fútbol para Todos y Automovilismo para todos, actualmente transmite partidos de la NBA y Carreras Argentinas, así como también partidos de internacionales de hockey sobre césped, hándbol, rugby, tenis vóley, entre otros.

Este canal también transmitió grandes eventos deportivos como los Juegos Olímpicos de Londres en el 2012, el Mundial de fútbol de 2014 y los juegos Panamericanos de

Río de Janeiro 2016. No sólo cuenta con una programación de transmisión de partidos y otros eventos deportivos, sino que también lanzó su mini serie de documental con capítulos de 15 minutos de duración que se llama "*Cambio de Juego*", bajo la conducción de Darío Guevara, profesor nacional de educación física y entrenador de la selección argentina de gimnasia artística y Mirian burga, profesora nacional de educación física, experta en deportes alternativos junto con la participación de estudiantes de diferentes escuelas. Esta serie de documental busca acercarse al universo escolar con el objetivo de mostrar diferentes maneras para trabajar con alumnos de todas las edades. En cada capítulo se presenta una enseñanza distinta junto con conceptos básicos del deporte en sí.

Podemos decir entonces que cada uno, tanto TyC Sports, ESPN y DeporTV cuentan con una programación transmitiendo partidos y eventos deportivos nacionales e internacionales, pero a la vez cada uno tiene su estética y diseño de programa que lo diferencia a uno de otro.

Capítulo 3. El hockey y el documental en las redes sociales

En este capítulo se va a hablar de la importancia del uso de las redes sociales y el impacto que generan hoy en el mundo teniendo en cuenta sus diferentes aplicaciones. Así como el género documental se introduce en las redes para promocionar sus películas logrando una comunicación masiva. También se va a dar a conocer como el hockey hoy hace uso de estas plataformas desde el seleccionado y los distintos clubes.

3.1 Redes Sociales

Para empezar, es importante definir qué son las redes sociales y para qué se las utilizan.

Las redes sociales son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, con el objetivo de comunicarse e intercambiar información. (Paula Obeso, 2019, blog rocketcontent).

Se puede diferenciar el término redes sociales de social media aunque muchos creen erróneamente que son lo mismo y que estos términos pueden utilizarse como sinónimos. Las redes sociales si bien ya están definidas, su propósito es el de conectar personas, a través de una cuenta donde se crea un perfil en canales de social media que permite interactuar con otras personas en base a información compartida. Social media, es un término bastante amplio que abarca diferentes medios tales como *blogs*, *videos*, *facebook*, *instagram*, sitios de *chats* como *Whatsapp*, *Telegram*, *Skype* y la más novedosa *zoom* para reuniones multitudinarias etc. Lo que antes se entendía como medios cuando no existía internet: (radio, televisión, diarios). Es ahora a través de las redes como el nuevo concepto de social media ayuda a las personas a unirse a través de la tecnología, mientras el término de red social mejora esa conexión, ya que los usuarios se conectan a través de estas redes por intereses comunes.

En la década de 1990, ya con la existencia de internet, comenzó la idea de armar lo que se lo denominó red social. La primera red social moderna para la época fue *SixDegrees*, creada en 1997 por *Tim Berners-Lee*, esta red le permitía a sus usuarios crear un perfil y agregar amistades. El nombre de *Six Degrees* fue basado en la teoría que sostiene que cada persona de este mundo está conectada a otra no más de por seis vínculos de relación. Este sitio luego cierra en el 2001, pero ya no era la única red social del momento, también se recuerda al chat de *lcq* (que su fonética decía en inglés "I see you") y permitía comunicarse instantáneamente por mensaje de texto y de manera distante.

Cuando hablamos de redes sociales hoy en día, podemos nombrar sitios como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* y otras aplicaciones como *LinkedIn* o *Snapchat*, etc. Más allá de sus funciones como mantenerse conectado con personas que están en otra parte del mundo ya sea por trabajo, relaciones familiares o amistades, estas redes también tienen otros usos: como crear cuentas para empresas y vender productos, formar grupos de interés común, como, por ejemplo, organizar protestas o manifestaciones, o grupos de arte, deporte, jardinería, etc.

En sí tienen un montón de usos y finalidades que se pueden aplicar a estas redes sociales. Vamos a analizar más en detalle cuales son los usos principales de *Facebook*, *Instagram* y *YouTube*.

Empecemos con *Facebook*, esta red social fue creada por *Mark Zuckerberg* en el 2004 inicialmente para estudiantes universitarios y luego se extendió con éxito llegando a todas partes del mundo. Esta plataforma cuenta con un perfil del usuario donde se obtienen datos del mismo y agregar amigos para mantenerse conectado compartiendo fotos, hablando por chats, creando grupos privados y publicando diferentes contenidos.

"Lugares donde podemos interactuar con personas que conocemos, pero en los cuales en todo momento estamos expuestos a una inmensidad de contenido."(Paula Obeso, 2019, blog rocketcontent).

Esto se debe a que también, mas allá del uso que quiera darse a estas plataformas ya sea, conectarse con familiares o amigos , también estas redes brindan un espacio diferente en el cual la gente se va involucrando. Como por ejemplo: cuando alguien está navegando por Facebook o Instagram y aparece una publicación que muestra un producto de manera atractiva para llamar la atención. Si esta publicación es atractiva hace que el interés se dirija a la página para ver más de la marca o simplemente para terminar comprando.

Actualmente muchas empresas utilizan este medio para publicitar sus marcas mostrando los productos, subiendo fotos de campañas, videos y otros contenidos. Esto se debe a que Facebook tiene la posibilidad de crear una cuenta “empresa” para poder acceder a diferentes herramientas de la red como por ejemplo las estadísticas, que sirven para obtener datos duros de la organización: cantidad de visitas, tráfico a la página de Facebook, conversiones, interacciones de tildes de “me gusta”, comentarios y compartidos. Toda esta información es necesaria para poder conocer la propia marca, a los clientes/usuarios y potenciales clientes o usuarios y así brindarle una mejor experiencia a la hora de ingresar o tener un primer contacto con la empresa.

Otra herramienta que ofrece la página creada por Zuckerberg es la de pautar o promocionar publicaciones. Las publicaciones tales como imágenes, videos, shoppings o displays. Esta promoción conlleva a determinar muchos aspectos con respecto a estos clientes/usuarios mencionados anteriormente. Para pautar se tiene que determinar una ubicación geográfica, un target, sexo, edad, etc., todas las referencias que se tengan sobre las estadísticas es contenido valioso a la hora de promocionar publicaciones.

Como es de público conocimiento, *Facebook* está directamente conectado con Instagram. Por lo tanto, para pautar en Instagram es inevitable tener una cuenta en Facebook. Instagram es otra de las aplicaciones que más utilizan las personas y empresa hoy en día y su función principal es la de subir fotos y videos. Esta fue lanzada en el 2010 y ganó popularidad rápidamente obteniendo más de 100 millones

de usuarios activos en tan sólo dos años. Esta aplicación hoy tiene cada vez más funciones desde la publicación de historias que pueden ser ya sean videos o fotos que tienen un tiempo de 24 horas de duración y permiten a que todas las personas que las siguen las pueden ver, la utilización de filtros y efectos, reacciones a las historias, transmisiones en vivo, etiquetas en publicaciones de ventas con precios en los productos para las empresas y también como Facebook la posibilidad de promocionar publicaciones. Instagram a diferencia de *Facebook*, apunta a un público más joven. Esta plataforma tiene la opción de crear tanto una cuenta para un usuario que solo desea usarla para compartir y subir fotos como una cuenta a nivel empresa o creador que le brinda al usuario información acerca del contenido que subió como por ejemplo a nivel mensual cual fue la foto con más “me gusta” o cual es el rango de edad que sigue la cuenta. Estas métricas sirven para hacer un análisis por parte de la empresa o usuario para luego mejorar su cuenta o realizar cambios en la misma.

Instagram también puede estar vinculado con *Facebook* para compartir el mismo contenido en ambas plataformas.

Por otro lado, *YouTube* es un sitio web de origen estadounidense que se utiliza para compartir videos creado en el 2005 por *Chad Hurley*, *Steve Chen* y *Jawed Karim* los tres se conocieron trabajando para *PayPal*. Esta plataforma presenta clips, películas, programas de televisión, videoclips, tutoriales, video bolgs y una variedad de contenido audiovisual. Se puede utilizar en el celular descargando la aplicación o en la computadora desde una página web. *YouTube* como las otras redes sociales que se mencionaron tienen la opción de crear una cuenta obteniendo un canal propio en donde el usuario puede subir y compartir videos. Existen canales con videos tutoriales que el usuario crea para realizar explicaciones como por ejemplo cómo se usa un programa para la computadora, cómo realizar efectos con la cámara para filmar o sacar fotos, recetas de cocina, etc. Muchas empresas como *Disney Chanel*, *National Geographic* o *ESPN* y muchas otras, suben su contenido a *YouTube* para que los usuarios puedan volver a ver el contenido que se transmitió por la televisión o

simplemente entretenerse. Músicos, a nivel nacional, como *Ciro y los Persas*, *La Beriso*, como a nivel internacional *Miley Cyrus*, *Shakira*, presentan sus videoclips en esta plataforma promocionándola previamente por otras redes sociales como Instagram. Una de las cosas que caracteriza esta red social es la calidad en la que se pueden ver y subir los videos. Al pasar de los años YouTube fue mejorando y presentó la posibilidad de reproducir videos a una alta resolución como el HD de 1080 p o a una calidad más baja con el mínimo de 144 p. En mayo del 2007 se comenzó a utilizar también *YouTube* para videos publicitarios de 15 a 30 segundos y otro en estilo *pop-up*, es decir un elemento publicitario que aparece automáticamente en la pantalla del navegador. Estas publicidades se insertan de manera automática antes de la reproducción de un video y luego de unos segundos el usuario puede omitir la misma. Estas redes sociales actualmente son esenciales para la vida de las empresas desde marcas de ropa a canales de televisión, restaurants, famosos, etc, ya que las usan para promocionar conciertos, dar a conocer una nueva temporada de una serie, mostrar productos nuevos de una marca, estrenar videoclips y muchas otras funciones para mantener a su cliente o público de manera activa. Gracias a que YouTube, Facebook e Instagram se encuentran vinculadas entre sí se hace menos complejo compartir contenido de una red social a la otra.

Es también importante saber que las redes tiene un uso tanto positivo como negativo:

A pesar de que el uso de redes sociales tiene muchos beneficios, como por ejemplo, contactar con gente que está lejos, conocer gente nueva, promover la participación del trabajo en equipo, compartir archivos de manera sencilla (documentos, música, fotografías, entre otros), también existe un aspecto negativo de éstas, que radica en la falta de privacidad, ya que cada archivo o publicación de los usuarios puede caer en manos de personas con fines oscuros.(María Estela Raffino, 2019, Conceptode).

No solo se usan para unir y estar en contacto con familiares o amigos que viven lejos, sino también tienen este uso negativo que puede invadir la privacidad de la persona e incluso robar información. También existe una red llamada *deep web* o *internet profunda* en la que se oculta contenido que no está conectado por los controles de

búsquedas convencionales. En esta red se puede encontrar narcóticos, porno infantil, contactar *hackers*, blanqueo de *bitcoins*, etc. En esta web se encuentra todo lo inalcanzable e ilegal que uno de puede imaginar. Por eso no es un dato menor saber que también las redes presentan un lado negativo y su uso es muy poderoso.

3.2 El documental en las redes sociales

Se puede notar el gran crecimiento que tuvo el género documental en las distintas plataformas como *Netflix* y en otros canales de televisión en los últimos años. Surgieron muchos documentales y series documentales basados en la vida de personas famosas como músicos, atletas y empresarios, mostrando sus logros hazañas y dificultades que se les presentan a lo largo de su carrera.

Se puede tomar como ejemplo el documental "*Take Every Wave*" que relata la vida del surfista estadounidense Laird Hamilton, un atleta lleno de ambición decidido a llegar a lo más alto montando olas extremadamente grandes y superando todos sus miedos. Este documental fue estrenado el 22 de enero del 2017 en el *Sundance Film Festival* y luego fue llevado al cine y a otras plataformas para su transmisión como *Netflix*. Para publicitar este documental se utilizaron las siguientes redes sociales: *Instagram*, *Facebook* y *YouTube*. Cada una de estas fueron utilizadas para promocionar el documental. Empezando con *Instagram*, que luego de unos meses del estreno y promoción de *Take Every Wave* se dejó de utilizar la cuenta, pero el contenido sigue vigente. Realizaron la primera publicación el 14 de enero del 2017 como se muestra en la Figura 6 con una imagen de Laird Hamilton, el protagonista de la historia, junto a su mujer realizando un entrenamiento en la piletta. En esta imagen se puede observar que en la parte inferior del lado derecho está escrito "*Oficial selection 2017 Sundace Festival Film*" y la publicación misma está acompañada con un pie de foto que anuncia que el documental va a ser estrenado en ese festival muy pronto, volviendo a hacer hincapié en el lugar que se va a llevar a cabo la premier.

La siguiente publicación como se observa en la Figura 7 ya enmarca al protagonista con el nombre del documental en la fotografía. Luego del estreno se hicieron publicaciones del evento con fotos de famosos que fueron invitados. Después empezaron con tráilers, videos cortos e imágenes con citas, frases y notas, haciendo un acercamiento del contenido del documental y utilizándolas también para la cuenta regresiva del mismo. Todo el contenido fue pensado bajo una misma estética con los colores que presenta la portada del film como se muestra en la Figura 8 los cuales son el azul y el amarillo. *Facebook* mantuvo el mismo orden en relación a las publicaciones que se hicieron en *Instagram*, pero lo que fueron modificando fue la foto de portada de la página que empezó con la foto de la primera publicación y luego cambiaron por una imagen con movimiento del surfista montando una ola. En *YouTube* no se creó un canal para la publicación de videos, sino que *IFC Films*, la productora, se encargó de subir el tráiler del documental a su canal.

Para dar otro ejemplo, la película documental de Lucha Aymar estrella del seleccionado de hockey, titulada “*Jugando con lo imposible*”, relata la historia de la jugadora elegida 8 veces consecutivas como la mejor del mundo desde sus inicios en su club hasta llegar al seleccionado y participar en mundiales, juegos olímpicos, panamericanos y muchos otros torneos más, hasta su retiro en el 2014.

La cuenta realizó sus primeras publicaciones en *Instagram* unos meses antes del estreno del documental. En este caso, no se utilizó *Facebook* para su promoción, sólo se realizaron publicaciones en *Instagram*. Como se ve en la Figura 9 la primera publicación fue una foto con “la leona” de fondo del lado derecho con la siguiente frase “*Terminó una carrera. Empezó una leyenda*” haciendo referencia a la jugadora de hockey Luciana Aymar y abajo un texto anunciando la llegada de la película que estaría próximamente en los cines. Las siguientes fotos que se subieron fueron detrás de escena de las entrevistas a la protagonista, algunas fotos viejas de la jugadora con sus compañeras del seleccionado y club y videos del *tráiler* y otros avances especiales de la película. Al igual que “*Take Every Wave*”, luego del estreno de “*Lucha*

jugando con lo imposible” se publicaron fotos del evento con los invitados que asistieron a la premier y videos de entrevistas de los mismos. Dos años después de su último posteo en *Instagram*, la cuenta subió un anuncio de la llegada de la película documental a las plataformas de *Netflix*.

Un documental actual que generó impacto en las personas fue “*The Game Changers*” estrenado en el 2019. Este documental trata de las dietas de los atletas de elite que optan por una alimentación basada únicamente en vegetales y muestra cómo mejoran su rendimiento deportivo sin incorporar carnes y ningún otro productor que provenga de grasa animal.

En su cuenta de *Instagram*, como en los otros documentales que se analizaron, este comenzó publicando un video del tráiler, pero sin sonido, luego en el siguiente posteo hizo referencia al “*Festival Sunday* donde se realizó el estreno de la misma. Se utilizaron fotos con frases de los atletas veganos realizando deporte y después del estreno se postearon fotos del evento. A diferencia de las otras cuentas, esta sigue vigente subiendo contenidos de notas realizadas a deportistas, recetas de comidas e imágenes de deportistas veganos como se observa en la Figura 10.

Una de las nuevas serie documental del momento producida por *Netflix* es “*Last Dance*” del ámbito deportivo, narra los inicios del mejor basquetbolista del mundo Michael Jordan en el equipo de *Chicago Bulls* su proceso para llegar a lo más alto. No sólo se centra en la estrella del basket sino que cada capítulo introduce a uno de los jugadores del equipo y entrenadores.

Este documental que fue filmado hace 20 años atrás, tuvo su estreno durante la pandemia del Covid-19 y está teniendo una gran repercusión en los medios y redes sociales.

Algunos documentales utilizan las redes sociales para publicitar y promocionar sus películas para atraer a nivel mundial o nacional al público y también lo logran por los famosos o personajes de la historia que realizan publicaciones dando a conocer el *tráilery* también imágenes del film.

3.3 El uso de las redes sociales en hockey

Para empezar este capítulo, antes de hablar de las redes sociales, hay que hacer una breve introducción al hockey sobre césped en Argentina. Este deporte que hoy se juega en todas partes del mundo, tiene participación en mundiales, juegos olímpicos, torneos panamericanos, etc. En Argentina este deporte tiene un gran impacto y se juega en la mayoría de las provincias del país tanto por mujeres como por varones. Muchos colegios lo han incorporado a sus prácticas deportivas.

En Buenos Aires está la competencia más importante que es el torneo Metropolitano de clubes organizado por la Asociación de Hockey de Buenos Aires (AHBA). Muchos de los clubes presentan equipos tanto femeninos como masculinos en sus diferentes categorías. Este torneo se juega durante todo el año dividió por zonas A, B, C, D, E, etc y juegan por el título del campeonato buscando un lugar en los primeros cuatro de la tabla de posiciones para llegar a clasificar en un *PlayOff* y así obtener el título.

De no ser así y no estar entre los de arriba de la tabla de posiciones quedando en los últimos cuatro puestos se pelea por mantener la categoría en los *PlayOuts*. También están los seleccionados que representan a Buenos Aires desde los sub 14 a sub 21, mayores y luego el seleccionado Argentino. Estos equipos también mantienen un campeonato en forma paralela al torneo Metropolitano y juegan contra los seleccionados de otras provincias durante un torneo que se lleva a cabo en solo 4 días, tanto de mujeres como de varones.

Y más arriba está el seleccionado argentino al que se lo conoce como “*Las Leonas*”, en el caso de las mujeres y “*Los Leones*” al equipo masculino. Ambos se entrenan durante todo el año en las instalaciones del CENARD que es el Centro de Alto Rendimiento Deportivo del país donde también se entrenan atletas de diferentes disciplinas, además del hockey. El CENARD es el lugar donde se realizan concentraciones y campus con los jugadores seleccionados de capital y otras provincias para las preparaciones a los torneos que representan al país en mundiales juniors y juegos olímpicos de la juventud.

El uso de las redes sociales se convirtió en una fuente de información esencial dónde se pueden obtener datos tanto como políticos, culturales, deportivos, etc a nivel mundial. Como dice en la nota de Jethzy Villanueva en Soy.marketing.

Algunas celebridades deportivas han optado por contratar agencias que administren sus redes sociales. Hay otros que no desean perder el contacto con sus fans y prefieren asesorarse con los representantes de las principales apps (como Facebook y Twitter) en cada uno de sus países, para generar y mejorar contenido, manejo de crisis y poder llevar personalmente sus propias cuenta. (Jethzy Villanueva, 2016, Soy.marketing).

Muchos deportistas de elite deciden que sus cuentas en las redes sociales tales como *Instagram* o *Facebook*, sean controladas por agencias que se ocupan de subir el contenido. Otros, en cambio, mantienen su perfil y suben personalmente su contenido a las redes sociales que utilizan. En la nota de Jethzy Villanueva para Soy.marketing “(...)estos problemas afectan no sólo la imagen del deportista en cuestión sino la del equipo, sus marcas patrocinadoras y el deporte en general; se pierde objetividad y su razón de ser”

Considerando que los deportistas deben ser cuidadosos con lo que hacen y muestran en sus redes sociales ya que están en la mira de muchas personas. Algunas malintencionadas buscan encontrar el momento para criticarlos o señalarlos por alguna acción incorrecta de la persona.

En la actualidad muchas estrellas del deporte usan las redes tanto para compartir sus fotos y videos con sus seguidores como para subir contenido de los sponsors y marcas que los acompañan. En este caso se va a analizar el uso de las mismas en el hockey, cómo es su manejo en los equipos y en jugadoras individuales.

En el manejo de *Instagram* del seleccionado femenino de hockey en argentina: “*Las Leonas*“. Este equipo de hockey tiene una cuenta oficial dónde se realizan publicaciones informativas como los horarios de partidos, listas de las jugadoras que viajan a una gira, entrevistas a jugadoras, fotos de partidos internacionales, cumpleaños y otros contenidos. Es una forma de mantener informados a los seguidores y fanáticos de la selección. Más allá de la cuenta oficial del equipo de *Las*

Leonas, cada jugadora maneja su propia cuenta personal pero con una bajada de línea especial, es decir que deben tener cuidado con el contenido que suben y publican ya que son parte de un seleccionado y muchas personas las toman de ejemplo.

Como dijo Agustina Albertario, jugadora actual de la selección en una entrevista en vivo por Instagram con Mercedes Margalot para ESPN hockey “*se sube lo justo y necesario*” contando también que el entrenador, “Chapa” Retegui, no les dijo cuáles eran las cosas que no podían subir, pero que sí que sean criteriosas al respecto. En esta entrevista Agustina agregó que hubo una reunión dirigida por la capitana con todas las jugadoras del plantel para pautar entre ellas y dar una bajada de línea con las restricciones y los cuidados que debían tener cada una con respecto a qué mostrar y qué no en sus cuentas. La jugadora también contó como otro entrenador no les permitió hacer el uso de las redes durante un torneo ya que para él era un medio de distracción para el equipo, y aclaró que no estaba totalmente de acuerdo ya que en esta entrevista dice que a los seguidores les gusta ver como entrenan y que hacen en las giras las jugadoras. Al final de la entrevista vuelve a agregar la frase de “*se sube lo justo y necesario*” haciendo nuevamente referencia a que cada una es responsable del contenido que maneja en sus redes sociales y sabe que es lo que está permitido.

Rosario “Charo” Luchetti, actual capitana de las *Leonas*, contó:

Algo que tenemos pautado pero de palabra, es que en los viajes, concentraciones, cuando viajamos a Mar Del plata por ejemplo, estamos jugando algún torneo oficial, mismo una *Pro-League* acá que estamos en hotel , bueno concentradas y en competencia y o entrenando ahí como que ninguna sube nada a sus redes que sea de alguna promoción o algún arreglo con marca o alguna acción con una marca. Tratamos de respetarlo, es todo de palabra no hay ningún reglamento ni nada por el estilo.

Aclarando que realmente está en cada una el buen uso y consumo de las redes sociales y que saben en qué momento no se pueden utilizar. Eso fue lo que aportó la capitana de las *Leonas*, cuenta que su actual entrenador, el “Chapa” Retegui, no les

prohíbe el uso de las redes sino que ellas mismas impusieron sus condiciones con el equipo. También Cristina Cosentino, arquera del seleccionado contó:

Teniendo en cuenta que representas al seleccionado siempre se tratan de controlar las cosas que uno sube porque eres el ejemplo de muchas nenas, tratamos de dar un buen mensaje, de mostrar que uno se entrena, que come bien y que no es que sale todos los fines de semana ni toma alcohol. En ese sentido todas tratan de dar una imagen de cómo ser un deportista de alto rendimiento teniendo en cuenta la influencia que ejercen sobre las demás.

La arquera también agregó *“a veces nos piden que subamos algo de la Confederación, algún video o flyer pero podemos subir lo que querramos”*, tienen que ser cuidadosas con el contenido que publican ya que son referentes y representan al país como seleccionado, sino que también tienen que subir fotos o flyers, como explica Cristina, a pedido de la Confederación para que los seguidores de las jugadoras vean la información publicada por ellas mismas. Cada jugadora es libre de publicar el contenido que quiera pero tiene que ser consciente con lo que transmite y muestra a sus seguidores. Otra frase que dijo la arquera fue *“no tenemos restricciones, nos dejan usar las redes libremente (...)”* haciendo nuevamente referencia el uso responsable de las redes radica en cada una de las jugadoras.”

Haciendo un poco más hincapié en el uso de *Instagram*, la plataforma que es furor en la actualidad, el hockey hizo uso de la misma tanto por parte de los clubes como los equipos del seleccionado para diferentes utilidades.

Hace menos de un año que ESPN creó la cuenta de ESPN hockey en *Instagram*, con información exclusiva tanto a nivel nacional como internacional del hockey sobre césped. La realidad es que se está usando más a nivel nacional enfocado en los seleccionados de nuestro país. En esta cuenta se comparten los horarios de los partidos, por dónde se van a transmitir, resultados de los mismos, formación de los equipos como se muestra en la figura 11, entrevistas a los jugadores y entrenadores después de los partidos, citas de frases que dijeron jugadoras en entrevistas, y repeticiones de goles. Esta cuenta fue ganando seguidores hasta llegar hoy a los 44,9

mil, que también utiliza la web de ESPN con la sección de hockey para realizar las mismas publicaciones que hacen en *Instagram*.

Hoy en día con la situación actual de la pandemia del COVID-19 esta cuenta tanto como otras, realizan entrevistas por *Instagram Live* a entrenadores y jugadoras del seleccionado para mantener activa la cuenta ya que no hay actividades para comunicar. También lo que hace esta cuenta es subir videos de resúmenes de los partidos de torneos internacionales de ambos seleccionados, masculino y femenino. Otra de las particularidades es que las entrevistas que realizan también son llevadas a cabo por las mismas jugadoras que se hacen preguntas entre ellas y generan un clima más divertido para el público que lo sigue. Asimismo los seguidores de la cuenta participan de esta sección de entrevistas teniendo la posibilidad de hacerle preguntas al jugador, manteniendo así una relación más cercana con los fanáticos.

ESPN hockey también cubrió los *PlayOff's*, *PlayOuts* y la final del torneo Metropolitano realizando publicaciones con los resultados y notas a las jugadoras. Todos estos posteos mantuvieron una estética en la elección de color, la tipografía y como se utilizaban las imágenes que usaban como se puede ver en la figura 12 También se puede observar como ESPN maneja un estilo propio en las publicaciones que realiza tanto en tipografía color y estructura.

Otra de las cuenta de *Instagram* que se centra solamente en el hockey es la de *Fihockey* que sus siglas significan *International Hockey Federation*. Esta, al igual que *ESPN hockey*, comparten el mismo tipo de contenido, pero se centra más a nivel mundial, enfocándose en equipos masculinos y femeninos del seleccionado de diferentes países. También posee su propio canal en *YouTube* donde suben los partidos completos, entrevistas, entrenamientos, los mejores goles, entre otros contenidos.

No solo hay cuentas en las redes sociales evocadas a los seleccionados y al hockey profesional sino que también los clubes poseen sus propias redes para comunicar información a sus equipos y socios.

Para describirlo mejor sirve como ejemplo Belgrano Athletic Club, un club fundado en 1896, dónde se practican varios deportes, entre ellos el hockey en el cual se va a ser foco en este proyecto documental: *Corner Corto*.

Belgrano Athletic tiene una cuenta en *Instagram* que unifica a todo el hockey con todas las categorías y divisiones bajo el nombre *BelgranoHockey*. Esta cuenta fue creada en el 2015 con la intención de alentar a la primera división del club subiendo fotos con frases que motivaran a las jugadoras del plantel. Con la situación actual por la pandemia del COVID-19, se empezó a hacer más uso de *Instagram* creando contenido para mantener al club unido ya que por el distanciamiento social todas las actividades fueron suspendidas. Así como muchas cuentas de *fitness* y también de *influencers*, *belgranoHockey* empezó a realizar entrenamientos en vivo con el preparador físico del club, ya que la plataforma tiene la opción de transmitir contenido en vivo para todos los usuarios. Al igual que en muchas otras cuentas, *belgranoHockey* realiza entrevistas tanto a jugadoras como a ex jugadoras del club organizadas por las chicas del plantel. No sólo hacen entrevistas, sino también presentan un programa de charlas con nutricionistas y kinesiólogos en la semana, todas transmitidas en vivo por la plataforma. Esta idea de mantener conectadas a las jugadoras del club mediante las redes sociales, haciendo entrenamientos, charlas y entrevistas en vivo, fue una iniciativa que utilizaron varios usuarios de todo el mundo de *Instagram* haciendo frente al aislamiento para mantenerse activo y conectado. Se realizan posts dando a conocer la actividad de la semana como se muestra en la figura 13 especificando que se realiza cada día para que los seguidores y socios del club ya saben en qué horarios hay entrenamientos para las divisiones inferiores y para los planteles superiores y se amenizan con entrevistas a las jugadoras y ex jugadoras. Toda esta experiencia puede ser introducida en el documental de las Clínicas de Hockey para ser apoyado en su difusión en las redes sociales como *Instagram* y a partir de esta cuenta poder realizar videos con ejercicios de técnica individual hasta conceptos de juego y así darle una dinámica distinta adaptada para las redes y tener

un alcance mayor para aquellas chicas o chicos que no pueden asistir a los eventos de esta clínicas cuando se realizan.

Otra manera es filmar toda esta actividad para ser parte del documental e introducir la transmisión en vivo y sumar a una invitada especial que puede ser una jugadora del seleccionado femenino de *Las Leonas* como también a un jugador de *Los Leones* que tengan participación en los ejercicios y puedan dar explicaciones de los mismos y darle mayor atractivo a la filmación.

En las clínicas que se realizan en diferentes clubes y provincias de todo el país, lo que se intenta es tener presente en ellas a un jugador de *Los Leones* o *Las Leonas* que puedan participar de estos eventos y estar en contacto con las personas que asisten a ellas, para que puedan tener una llegada a los referentes que representan al país. Poder llevar a cabo esta misma actividad mediante estas plataformas online sería una forma novedosa de poder tener acceso a un entrenamiento diferente con la participación de jugadores del seleccionado.

Uno de los grandes objetivos, con la incorporación de las clínicas online, es llegar a todos los rincones de nuestro país para que las chicas y chicos que no tienen la posibilidad de viajar para asistir a una clínica o que no puedan estar presentes en este tipo de actividades, puedan acceder a la misma desde sus provincias o lugares en que se encuentren sin necesidad de tener que trasladarse.

Es una manera también de darle la posibilidad a todos los chicos y chicas de diferentes edades a vivir una experiencia diferente y conocer a los referentes del deporte por estos medios digitales, para entusiasmarlos para que algún día puedan practicar el deporte conociendo lo esencial del mismo.

Sabiendo que no todas las personas tienen acceso a internet y uso de computadoras o celulares, sería una barrera frente a esta modalidad online para una gran parte de la sociedad que no cuenta con estos recursos.

Esto sería un gran impedimento para realizar las Clínicas online. Por eso mismo, se la va a utilizar como una herramienta más para poder conectarse y llegar a diferentes

partes del país y poder ayudar a los lugares más carenciados teniendo una organización que brinde el acceso a internet y dispositivos para poder realizar una clínica a un grupo en algún colegio , equipo de hockey o club de un barrio.

Asimismo en las clínicas también se realizan charlas de nutrición, liderazgo y formación de equipos para que los que participen tengan un espacio tanto para aprender y preguntar de otra manera a los invitados y profesionales de esos ambientes que llevan a cabo la actividad.

Capítulo.4 Creación de propuesta

En este capítulo se va a dar a conocer el contenido de cada uno de los capítulos de la serie documental de las Clínicas de hockey titulado *Corner Corto*, qué es lo que va a mostrar, cómo será su incorporación a los programas deportivos de televisión de DeporTv y ESPN y su estructura de programación .

4.1 Serie Documental

La propuesta principal es crear una serie documental que contenga 8 capítulos de 20 minutos de duración cada uno categorizados según su contenido. Cada uno de los capítulos va a tratar un tema específico y va a ser desarrollado.

Este proyecto documental va a tener tanto material de archivo de filmaciones de partidos de hockey, como testimonios e imágenes actuales y entrevistas a las jugadoras. También va a presentar un isologotipo que va a enmarcar el nombre del documental *Corner Corto*, como se muestra en la figura 14.

Serán un total de 8 entregas y cada una de ellas se emitirá semanalmente por los programas de televisión deportivos de DeporTV y ESPN. A continuación se van a desarrollar los contenidos de los 8 capítulos de la serie documental.

Primera entrega: Hockey sobre césped

En este capítulo se va a hacer una introducción al deporte, destinado tanto a despertar el interés de quienes nunca se han acercado a él, y también a quienes lo practican, explicando las reglas básicas del hockey y difundiendo sus reglamentos, recordando lo básico del deporte que algunos *amateurs* desconocen y haciendo, además, un repaso del crecimiento de este deporte en Argentina.

Se va a dar a conocer la historia del seleccionado femenino y masculino, sus procesos y eventos significativos a los que fueron algunos hechos históricos importantes, como el surgimiento del equipo de *Las Leonas*, el porqué del origen de su nombre y algunas anécdotas y curiosidades que lo hagan atractivo al espectador, recordando el logro de la obtención de la primer medalla de oro por parte de *Los Leones* en los Juegos

Olímpicos de Río en el año 2016 , el surgimiento de *Las Leonas* en los Juegos Olímpicos de Sidney 2000, entre otras hazañas.

Estos momentos importantes para el hockey argentino serán relatados por los protagonistas de dichas historias y por los entrenadores y cuerpo técnico que acompañaron a los equipos en estas hazañas. Se busca transmitir todo lo que vivieron los jugadores desde su experiencia y dejarlos que cuenten anécdotas y momentos que consideren especiales o emocionantes. Algunas de las entrevistas se realizarán en las casa de los medallistas olímpicos y campeones mundiales para que puedan mostrar sus camisetas , fotos , medallas y hasta recuerdos de esos momentos gloriosos de sus historias.

Este relato se hará mediante la realización de entrevistas y material de archivos de entrevistas ya realizadas a los protagonistas del deporte y material de partidos, jugadas, premiaciones y eventos significativos para poder acompañar el relato. También se hará un recorrido con el entrevistado por el club en donde se formó y que lo llevó a estar en un seleccionado, contando sus inicios.

Se utilizará a un locutor en off para poder ir ordenando el relato y enlazando las historias así el espectador podrá disfrutar ver y comprender mejor lo que se relata mediante los videos e imágenes significativas e importantes para el mismo documental

Segunda entrega: Los valores del deporte

En este capítulo se va a hacer un fuerte hincapié a lo que significa el hockey y los valores que transmite este deporte, también utilizando material de archivo, entrevistas a jugadoras de clubes de distintas divisiones dónde cuenten sus avances y también los inconvenientes que fueron superando para llegar a la primera de su club..

Lo difícil que es dedicar tiempo para entrenar, sacándolo de otras actividades, superando las inclemencias del tiempo y el rigor de levantarse muy temprano los días de partido y cómo fueron creciendo para poder avanzar en las etapas para poder alcanzar los planteles superiores. Es importante en esta etapa también mostrar a las figuras del seleccionado, como referentes y entender cómo una jugadora puede llegar

si trabaja y se supera al sentir empatía por los que llegaron siendo un estímulo para quienes comienzan.

Se va a hacer un análisis de que es lo que significa un deporte en equipo y cuáles son las diferencias con los deportes individuales, haciendo un balance de las cosas positivas y negativas del mismo. En esta parte se entrevistará a un entrenador para que desde su mirada pueda llevar acabo todo lo que realmente necesita un equipo para poder obtener grandes logros y cuáles son las principales medidas que las mismas jugadoras deben adoptar para ello.

No solo se va a hacer un aporte desde la mirada de un entrenador , sino que también se va a entrevistar a una jugadora, en este caso del equipo de Lomas Athletic Club que se consagró campeón en el 2019 para que cuente el camino que las llevó a obtener el título y cómo fue el comportamiento y lo que se transmitió en el equipo.

Se van a presentar anécdotas y experiencias vividas en este deporte. Y demostrar con ejemplos como el hockey en sí, deja enseñanzas tanto para la vida como en el trabajo. Cómo el deporte enseña a poder llevar las experiencias que se adquieren tanto desde el juego como a la consigna de no rendirse nunca para llegar a ser parte de un equipo.

Se va a hacer hincapié en las experiencias vividas por jugadoras de clubes que entrenan en las divisiones inferiores para que den a entender cómo los valores tales como el respeto, el compañerismo, la solidaridad, pueden ser transmitidos desde la enseñanza en un entrenamiento dando el ejemplo.

También van a contar si han participado en clínicas cuando eran más chicas, si habían conocido a referentes del deporte mediante estas actividades, contar sus experiencias y saber si han ido a colaborar en las mismas.

Cuáles fueron sus sensaciones al estar participando en estas actividades y si sintieron que pudieron transmitir los valores del deporte.

Tercera entrega: Clubes de Buenos Aires

Se van a dar a conocer los clubes más destacados de Buenos Aires que participan en el torneo Metropolitano, contado por las mismas jugadores referentes de sus propios clubes relatando sus experiencias y su historia.

Hay clubes muy tradicionales con una larga trayectoria, con campeonatos ganados y perdidos. Contar como han sido estas experiencias frente al triunfo y al fracaso.

Dar a conocer cómo es actualmente el trabajo que realizan los clubes, acá se van a entrevistar a los entrenadores para que cuenten cómo alientan y qué proponen para que una jugadora pueda seguir creciendo y cómo logran interesar a nuevas jugadoras para incorporarlas a su plantel y atraer cada vez más gente al hockey.

Cómo hacen cuando descubren a un nuevo talento y cómo las motivan para convocarlas a los seleccionados de Buenos Aires.

Se va a hacer un recorrido de los clubes que lograron obtener uno o más títulos del torneo Metropolitano y se va a realizar un breve resumen de los goles más destacados de las finales de este campeonato. Se entrevistarán a dichas campeonas y se les va a preguntar cómo fue el camino que recorrieron para llegar a obtener el título o para mantenerlo por muchos años consecutivos, como es en el caso del club GEBA (Club Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires) destacando la gran cantidad de jugadoras que presenta el mismo en el seleccionado y sus trayectorias en el equipo.

No solo se va a hacer esta mirada sobre los clubes que lograron campeonatos, sino que se va a analizar el por qué o qué es lo que le faltan a los clubes como Hurlingham, San Martín o Belgrano Athletic para tener un campeonato. Se hará un análisis para ver qué es lo que necesita para que un equipo se consagre campeón.

Además lograr en diferentes entrevistas que las jugadoras de cada equipo cuenten sus rivalidades deportivas con otras instituciones, y hacer un juego con los cánticos de cada hinchada. Siempre con un gran trabajo de cámaras, mostrando los lugares y logrando testimonios interesantes de sus integrantes.

Hablar con las jugadoras más emblemáticas de cada club como Alejandra Gula ex jugadora de Lomas, Carla Rebecchi del club Ciudad de Buenos Aires y Magdalena

Aicega de Belgrano Athletic Club, para que cuenten sus experiencias en sus clubes como referentes del mismo y en el seleccionado. Que puedan expresar lo que significa seguir jugando al hockey y lo que este deporte les brindó o aportó tanto para crecer en su vida personal como en el laboral.

Esta mezcla de narrativa, testimonios, imágenes de partidos actuales, con planos generales insertando primeros planos, dejando oír sonido ambiente de los gritos en un partido y sus cantitos y una buena musicalización le darán un mayor atractivo a la composición de este documental.

Cuarta entrega: Clínica de hockey

En este capítulo se va a explicar qué es una Clínica de hockey y cómo se lleva a cabo la misma. En qué lugares se realizan, cómo es el proceso para poder realizar una actividad tanto para un grupo reducido, como para más de 200 chicos y chicas que participan de la clínica.

Se va a mostrar que estas actividades pueden tomar lugar en cualquier parte, ya sea en colegios, barrios carenciados o clubes de todo el país.

Tan solo con un espacio que no tiene que ser necesariamente el ideal de una cancha sintética de hockey, y con los materiales esenciales que se pueden lograr a través de donaciones, se puede hacer una clínica para aprender los rudimentos del deporte..

Es un tema de concientización, ya que las clínicas no son tan difundidas y muchos desconocen de su existencia.

Se va a utilizar material de clínicas realizadas en diferentes partes del país y también se van a convocar a jugadoras que han participado de la actividad para que cuenten sus experiencias.

Es interesante, visualmente, mostrar algunas ciudades del interior y sus características y mostrar las condiciones en que juegan los clubes, si tienen cancha sintética, de pasto o en última instancia de tierra.

Cómo los lugares más carenciados llevan a cabo el deporte con los chicos y chicas de diferentes edades simultáneamente, hay que destacar a quienes entrenan enfrentando

estas dificultades y se ocupan de esta actividad, brindándoles generosamente un espacio diferente y recreativo para los chicos.

Se va a realizar el seguimiento de una chica desde su casa, poniendo énfasis en mostrar el entorno diferente de Buenos Aires, hasta que la jugadora llega a la clínica, el recuento con sus compañeras, cómo se saludan entre ellas, con sus profesores. Las diferentes canchas donde se entrenan y mostrando además que en este juego no hay diferencias sociales y que están unidas por una misma pasión: el hockey.

También se va a mostrar otro formato de clínica que es la que las chicas disfrutaban del deporte durante dos días, quedándose a dormir en el club donde practican. En este caso se va a filmar durante esos dos días una clínica o también llamado *Hockey Camp* bajo la conducción de dos integrantes de *Las Leonas*, Rosario "Charo" Luchetti y Silvina "Piti" D'lia que brindan esta actividad en la sede de Pinazo del club Blegrano Athletic, donde más de 120 chicas se inscriben y participan de la actividad y viven la experiencia de entrenar con dos referentes del seleccionado nacional.

Este campamento se viene realizando desde hace 5 años por las mismas integrantes y lo interesante, que lo hace más atractivo, es que invitan a algunas de las jugadoras de *Las Leonas* para participar de un día de la actividad y brindarles un entrenamiento diferente a las chicas.

Para dar a conocer un poco más, se entrevistarán a las figuras principales que llevan a cabo la actividad y a las jugadoras que colaboran en la clínica, ya que como se inscriben un gran número de chicas, se necesitan a muchas entrenadoras para ayudar.

Se tendrá la palabra también de aquellas chicas que participan, de los padres que las llevan al comienzo del campamento, sus expectativas y esfuerzos para que sus hijas puedan participar del mismo.

Quinta entrega: Clínica en Rosario

Se compartirá un día entero en una Clínica de hockey realizada en Rosario. Se va a filmar todo el viaje y el recorrido de las protagonistas que realizan esta actividad con

su equipo. Desde el momento que suben los bolsos al auto con todo el material que se va a utilizar para los ejercicios, las carpetas con anotaciones y explicaciones para las entrenadoras que las acompañan en este entrenamiento a Rosario y los mates y charlas en el viaje.

Se va a filmar el recorrido de la llegada del equipo al club de Rosario donde van a ser recibidas por los directivos del club y jugadoras referentes del mismo. Se va mostrar el momento en el cual las familias llevan a las chicas a la cancha y reciben la pulsera para ingresar una vez inscriptas. Se filmará también la introducción de la presentación de las integrantes del equipo que estará a cargo de la actividad y luego el reconocimiento de las referentes del seleccionado del país. Se harán planos con drones para poder tener una visión de toda la cancha y se mostrará la cantidad de chicos y chicas que participaron, incluso también se sumarán tomas con cámara de alguno de los ejercicios y de los juegos recreativos que se presentan.

Se va a contar cómo se lleva a cabo la organización de la clínica, se conversará con los invitados del seleccionado que van a participar y se mostrarán sus encuentros con sus seguidores fanáticos, como toda pasión que despiertan los jugadores de elite. Se compartirá el almuerzo o el refrigerio en un alto del partido y se va a grabar audio de comentarios entre los participantes que resulten espontáneos y hasta divertidos.

Sexta entrega: Participación de las clínicas

Se realizarán entrevistas de las personas que asisten a las clínicas de hockey contando sus experiencias vividas en la misma con la intención de mostrar su pasión por el deporte. Dar a conocer el por qué se inscribieron en la actividad y qué las motivó a participar. Conocer cuáles son sus aspiraciones y objetivos a futuro como jugadora o jugador de hockey.

Lograr hacer un mix de las participantes de las distintas clínicas con sus diferencias y semejanzas. Dar a conocer a las jugadoras que organizan este tipo de clínicas, si siguen entrenando y dedicándose a jugar al hockey, si han jugado en el seleccionado o actualmente son parte del mismo. Dar a conocer sus objetivos, el porqué de la

realización de estas actividades, cómo se preparan para dictar las clases y qué opinan las leyendas del hockey acerca de las clínicas.

Séptima entrega: La amistad y el compañerismo

Contar historia de amistades que se han iniciado dentro del deporte y que perduran hasta hoy. Grupos de amigas que se siguen encontrando a través del tiempo. Algunas ya madres que comparten con sus hijos. Contar como hoy sus hijas juegan al hockey en el club del que ellas también formaron parte del mismo deporte poniendo como ejemplo a Magdalena Aicega la jugadora de Blegrano Athletic donde hoy su hija se encuentra practicando este deporte junto a las hijas de sus amigas. Que nos cuente qué sensaciones le genera y por qué la llevó a hockey y no a otro deporte. También cómo ella llegó al club, cómo fueron sus primeras amistades, si el deporte la ayudo a fortalecer las mismas, cómo fue el encuentro con las que hoy considera amigas , si tiene algún recuerdo de ese momento y lo que le significó.

Hablar con madres de diferentes clubes y que nos cuenten como es su relación con sus compañeras y amigas del club, cómo viven el hockey hoy, si sus hijas juegan y de qué manera las acompañan. Si encuentran diferencias acerca de las responsabilidades que tenían antes en un equipo, con las que se presentan en la actualidad.

Entrevistar a Cachito Vigil, quien fue entrenador de la selección femenina de hockey reconocido por llevar al equipo a obtener la medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Sidney en el año 2000, que muestre su punto de vista de lo que para él significa el compañerismo tanto fuera como dentro de la cancha, contando alguna anécdota de cómo logró fortalecer al equipo y lograr que se subieran al podio, que en su momento era impensado.

Entrevistar a Maico Casella jugador del seleccionado que juega en el extranjero y que cuente sus vivencias: ¿Qué es lo que más extraña?, ¿Cuáles son las diferencias que encuentra estando en otro país en relación a las amistades?, ¿Algún compañero o amigo que recuerde que desde el primer día fueron inseparables?, anécdotas juntos ,

todo lo que significa el compañerismo hacia el otro y con el equipo, que pueda dar su punto de vista y explicar lo que significa para él.

Octava entrega: Clínicas de hockey final

Conclusiones y reflexiones acerca de este trabajo en las clínicas de hockey.

La idea principal de este documental es tratar por todos los medios posibles la difusión de estas Clínicas y transmitir las para su conocimiento puesto que no es todavía una modalidad muy popular.

Insistir para su conocimiento para intentar que las clínicas de hockey lleguen a todo el país, que se abran donde haya un pedazo de césped y para que más personas puedan participar en ellas y tengan entonces la posibilidad de disfrutar de este deporte.

Los deportes de equipo crean grandes valores de compañerismo y altruismo. En este cierre se va a realizar una conclusión entre todos los entrevistados que fueron apareciendo en el documental, dando sus puntos de vista acerca de la importancia de poder realizar estas actividades en todo el país y difundir el deporte. Se les preguntará también cómo ven las clínicas a futuro y si van a perdurar en el tiempo y cómo. Si ven viable la posibilidad de hacer estas actividades con la modalidad online ya sea brindando cursos a entrenadores, ejercicios y juegos recreativos a los chicos y chicas de diferentes edades o asimismo brindarles la posibilidad de tener un espacio para poder conocer a los referentes del deporte mediante esta plataforma realizando unas entrevistas online.

4.2 Género y formato del programa

La propuesta principal es crear una serie documental que contenga 8 capítulos de 20 minutos de duración cada uno categorizados según su contenido. Cada uno de los capítulos va a tratar un tema específico y va a ser desarrollado.

Este proyecto documental va a tener tanto material de archivo de filmaciones de partidos de hockey, como testimonios e imágenes actuales y entrevistas a las

jugadoras. También va a presentar un isologotipo que va a enmarcar el nombre del documental *Corner Corto*, como se muestra en la figura 14.

Serán un total de 8 entregas y cada una de ellas se emitirá semanalmente por los programas de televisión deportivos de DeporTV y ESPN. A continuación se van a desarrollar los contenidos de los 8 capítulos de la serie documental.

Primera entrega: Hockey sobre césped

En este capítulo se va a hacer una introducción al deporte, destinado tanto a despertar el interés de quienes nunca se han acercado a él, y también a quienes lo practican, explicando las reglas básicas del hockey y difundiendo sus reglamentos, recordando lo básico del deporte que algunos *amateurs* desconocen y haciendo, además, un repaso del crecimiento de este deporte en Argentina.

Se va dar a conocer la historia del seleccionado femenino y masculino, sus procesos y eventos significativos a los que fueron algunos hechos históricos importantes, como el surgimiento del equipo de *Las Leonas*, el porqué del origen de su nombre y algunas anécdotas y curiosidades que lo hagan atractivo al espectador, recordare el logro de la obtención de la primer medalla de oro por parte de *Los Leones* en los Juegos Olímpicos de Río en el año 2016 , el surgimiento de *Las Leonas* en los Juegos Olímpicos de Sidney 2000, entre otras hazañas.

Estos momentos importantes para el hockey argentino serán relatados por los protagonistas de dichas historias y por los entrenadores y cuerpo técnico que acompañaron a los equipos en estas hazañas. Se busca transmitir todo lo que vivieron los jugadores desde su experiencia y dejarlos que cuenten anécdotas y momentos que consideren especiales o emocionantes. Algunas de las entrevistas se realizarán en las casa de los medallistas olímpicos y campeones mundiales para que puedan mostrar sus camisetas , fotos , medallas y hasta recuerdos de esos momentos gloriosos de sus historias.

Este relato se hará mediante la realización de entrevistas y material de archivos de entrevistas ya realizadas a los protagonistas del deporte y material de partidos,

jugadas, premiaciones y eventos significativos para poder acompañar el relato. También se hará un recorrido con el entrevistado por el club en donde se formó y que lo llevó a estar en un seleccionado, contando sus inicios.

Se utilizará a un locutor en off para poder ir ordenando el relato y enlazando las historias así el espectador podrá disfrutar ver y comprender mejor lo que se relata mediante los videos e imágenes significativas e importantes para el mismo documental

Segunda entrega: Los valores del deporte

En este capítulo se va a hacer un fuerte hincapié a lo que significa el hockey y los valores que transmite este deporte, también utilizando material de archivo, entrevistas a jugadoras de clubes de distintas divisiones dónde cuenten sus avances y también los inconvenientes que fueron superando para llegar a la primera de su club..

Lo difícil que es dedicar tiempo para entrenar, sacándolo de otras actividades, superando las inclemencias del tiempo y el rigor de levantarse muy temprano los días de partido y cómo fueron creciendo para poder avanzar en las etapas para poder alcanzar los planteles superiores. Es importante en esta etapa también mostrar a las figuras del seleccionado, como referentes y entender cómo una jugadora puede llegar si trabaja y se supera al sentir empatía por los que llegaron siendo un estímulo para quienes comienzan.

Se va a hacer un análisis de que es lo que significa un deporte en equipo y cuáles son las diferencias con los deportes individuales, haciendo un balance de las cosas positivas y negativas del mismo. En esta parte se entrevistará a un entrenador para que desde su mirada pueda llevar a cabo todo lo que realmente necesita un equipo para poder obtener grandes logros y cuáles son las principales medidas que las mismas jugadoras deben adoptar para ello.

No solo se va a hacer un aporte desde la mirada de un entrenador , sino que también se va a entrevistar a una jugadora, en este caso del equipo de Lomas Athletic Club que se consagró campeón en el 2019 para que cuente el camino que las llevó a obtener el título y cómo fue el comportamiento y lo que se transmitió en el equipo.

Se van a presentar anécdotas y experiencias vividas en este deporte. Y demostrar con ejemplos como el hockey en sí, deja enseñanzas tanto para la vida como en el trabajo. Cómo el deporte enseña a poder llevar las experiencias que se adquieren tanto desde el juego como a la consigna de no rendirse nunca para llegar a ser parte de un equipo.

Se va a hacer hincapié en las experiencias vividas por jugadoras de clubes que entrenan en las divisiones inferiores para que den a entender cómo los valores tales como el respeto, el compañerismo, la solidaridad, pueden ser transmitidos desde la enseñanza en un entrenamiento dando el ejemplo.

También van a contar si han participado en clínicas cuando eran más chicas, si habían conocido a referentes del deporte mediante estas actividades, contar sus experiencias y saber si han ido a colaborar en las mismas.

Cuáles fueron sus sensaciones al estar participando en estas actividades y si sintieron que pudieron transmitir los valores del deporte.

Tercera entrega: Clubes de Buenos Aires

Se van a dar a conocer los clubes más destacados de Buenos Aires que participan en el torneo Metropolitano, contado por las mismas jugadoras referentes de sus propios clubes relatando sus experiencias y su historia.

Hay clubes muy tradicionales con una larga trayectoria, con campeonatos ganados y perdidos. Contar como han sido estas experiencias frente al triunfo y al fracaso.

Dar a conocer cómo es actualmente el trabajo que realizan los clubes, acá se van a entrevistar a los entrenadores para que cuenten cómo alientan y qué proponen para que una jugadora pueda seguir creciendo y cómo logran interesar a nuevas jugadoras para incorporarlas a su plantel y atraer cada vez más gente al hockey.

Cómo hacen cuando descubren a un nuevo talento y cómo las motivan para convocarlas a los seleccionados de Buenos Aires.

Se va a hacer un recorrido de los clubes que lograron obtener uno o más títulos del torneo Metropolitano y se va a realizar un breve resumen de los goles más destacados

de las finales de este campeonato. Se entrevistarán a dichas campeonas y se les va a preguntar cómo fue el camino que recorrieron para llegar a obtener el título o para mantenerlo por muchos años consecutivos, como es en el caso del club GEBA (Club Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires) destacando la gran cantidad de jugadoras que presenta el mismo en el seleccionado y sus trayectorias en el equipo.

No solo se va a hacer esta mirada sobre los clubes que lograron campeonatos, sino que se va a analizar el por qué o qué es lo que le faltan a los clubes como Hurlingham, San Martín o Belgrano Athletic para tener un campeonato. Se hará un análisis para ver qué es lo que necesita para que un equipo se consagre campeón.

Además lograr en diferentes entrevistas que las jugadoras de cada equipo cuenten sus rivalidades deportivas con otras instituciones, y hacer un juego con los cánticos de cada hinchada. Siempre con un gran trabajo de cámaras, mostrando los lugares y logrando testimonios interesantes de sus integrantes.

Hablar con las jugadoras más emblemáticas de cada club como Alejandra Gula ex jugadora de Lomas, Carla Rebecchi del club Ciudad de Buenos Aires y Magdalena Aicega de Belgrano Athletic Club, para que cuenten sus experiencias en sus clubes como referentes del mismo y en el seleccionado. Que puedan expresar lo que significa seguir jugando al hockey y lo que este deporte les brindó o aportó tanto para crecer en su vida personal como en el laboral.

Esta mezcla de narrativa, testimonios, imágenes de partidos actuales, con planos generales insertando primeros planos, dejando oír sonido ambiente de los gritos en un partido y sus cantitos y una buena musicalización le darán un mayor atractivo a la composición de este documental.

Cuarta entrega: Clínica de hockey

En este capítulo se va a explicar qué es una Clínica de hockey y cómo se lleva a cabo la misma. En qué lugares se realizan, cómo es el proceso para poder realizar una actividad tanto para un grupo reducido, como para más de 200 chicos y chicas que participan de la clínica.

Se va a mostrar que estas actividades pueden tomar lugar en cualquier parte, ya sea en colegios, barrios carenciados o clubes de todo el país.

Tan solo con un espacio que no tiene que ser necesariamente el ideal de una cancha sintética de hockey, y con los materiales esenciales que se pueden lograr a través de donaciones, se puede hacer una clínica para aprender los rudimentos del deporte..

Es un tema de concientización, ya que las clínicas no son tan difundidas y muchos desconocen de su existencia.

Se va a utilizar material de clínicas realizadas en diferentes partes del país y también se van a convocar a jugadoras que han participado de la actividad para que cuenten sus experiencias.

Es interesante, visualmente, mostrar algunas ciudades del interior y sus características y mostrar las condiciones en que juegan los clubes, si tienen cancha sintética, de pasto o en última instancia de tierra.

Cómo los lugares más carenciados llevan a cabo el deporte con los chicos y chicas de diferentes edades simultáneamente, hay que destacar a quienes entrenan enfrentando estas dificultades y se ocupan de esta actividad, brindándoles generosamente un espacio diferente y recreativo para los chicos.

Se va a realizar el seguimiento de una chica desde su casa, poniendo énfasis en mostrar el entorno diferente de Buenos Aires, hasta que la jugadora llega a la clínica, el reencuentro con sus compañeras, cómo se saludan entre ellas, con sus profesores.

Las diferentes canchas donde se entrenan y mostrando además que en este juego no hay diferencias sociales y que están unidas por una misma pasión: el hockey.

También se va a mostrar otro formato de clínica que es la que las chicas disfrutan del deporte durante dos días, quedándose a dormir en el club dónde practican. En este caso se va a filmar durante esos dos días una clínica o también llamado *Hockey Camp* bajo la conducción de dos integrantes de *Las Leonas*, Rosario "Charo" Luchetti y Silvina "Piti" D'lia que brindan esta actividad en la sede de Pinazo del club Blegrano

Athletic, dónde más de 120 chicas se inscriben y participan de la actividad y viven la experiencia de entrenar con dos referentes del seleccionado nacional.

Este campamento se viene realizando desde hace 5 años por las mismas integrantes y lo interesante, que lo hace más atractivo, es que invitan a algunas de las jugadoras de *Las Leonas* para participar de un día de la actividad y brindarles un entrenamiento diferente a las chicas.

Para dar a conocer un poco más, se entrevistarán a las figuras principales que llevan a cabo la actividad y a las jugadoras que colaboran en la clínica, ya que como se inscriben un gran número de chicas, se necesitan a muchas entrenadoras para ayudar.

Se tendrá la palabra también de aquellas chicas que participen, de los padres que las llevan al comienzo del campamento, sus expectativas y esfuerzos para que sus hijas puedan participar del mismo.

Quinta entrega: Clínica en Rosario

Se compartirá un día entero en una Clínica de hockey realizada en Rosario. Se va a filmar todo el viaje y el recorrido de las protagonistas que realizan esta actividad con su equipo. Desde el momento que suben los bolsos al auto con todo el material que se va a utilizar para los ejercicios, las carpetas con anotaciones y explicaciones para las entrenadoras que las acompañan en este entrenamiento a Rosario y los mates y charlas en el viaje.

Se va a filmar el recorrido de la llegada del equipo al club de Rosario donde van a ser recibidas por los directivos del club y jugadoras referentes del mismo. Se va mostrar el momento en el cual las familias llevan a las chicas a la cancha y reciben la pulsera para ingresar una vez inscriptas. Se filmará también la introducción de la presentación de las integrantes del equipo que estará a cargo de la actividad y luego el reconocimiento de las referentes del seleccionado del país. Se harán planos con drones para poder tener una visión de toda la cancha y se mostrará la cantidad de

chicos y chicas que participaron, incluso también se sumarán tomas con cámara de alguno de los ejercicios y de los juegos recreativos que se presentan.

Se va a contar cómo se lleva a cabo la organización de la clínica, se conversará con los invitados del seleccionado que van a participar y se mostrarán sus encuentros con sus seguidores fanáticos, como toda pasión que despiertan los jugadores de elite. Se compartirá el almuerzo o el refrigerio en un alto del partido y se va a grabar audio de comentarios entre los participantes que resulten espontáneos y hasta divertidos.

Sexta entrega: Participación de las clínicas

Se realizarán entrevistas de las personas que asisten a las clínicas de hockey contando sus experiencias vividas en la misma con la intención de mostrar su pasión por el deporte. Dar a conocer el por qué se inscribieron en la actividad y qué las motivó a participar. Conocer cuáles son sus aspiraciones y objetivos a futuro como jugadora o jugador de hockey.

Lograr hacer un mix de las participantes de las distintas clínicas con sus diferencias y semejanzas. Dar a conocer a las jugadoras que organizan este tipo de clínicas, si siguen entrenando y dedicándose a jugar al hockey, si han jugado en el seleccionado o actualmente son parte del mismo. Dar a conocer sus objetivos, el porqué de la realización de estas actividades, cómo se preparan para dictar las clases y qué opinan las leyendas del hockey acerca de las clínicas.

Séptima entrega: La amistad y el compañerismo

Contar historia de amistades que se han iniciado dentro del deporte y que perduran hasta hoy. Grupos de amigas que se siguen encontrando a través del tiempo. Algunas ya madres que comparten con sus hijos. Contar como hoy sus hijas juegan al hockey en el club del que ellas también formaron parte del mismo deporte poniendo como ejemplo a Magdalena Aicega la jugadora de Blegrano Athletic donde hoy su hija se encuentra practicando este deporte junto a las hijas de sus amigas. Que nos cuente qué sensaciones le genera y por qué la llevó a hockey y no a otro deporte. También cómo ella llegó al club, cómo fueron sus primeras amistades, si el deporte la ayudo a

fortalecer las mismas, cómo fue el encuentro con las que hoy considera amigas , si tiene algún recuerdo de ese momento y lo que le significó.

Hablar con madres de diferentes clubes y que nos cuenten como es su relación con sus compañeras y amigas del club, cómo viven el hockey hoy, si sus hijas juegan y de qué manera las acompañan. Si encuentran diferencias acerca de las responsabilidades que tenían antes en un equipo, con las que se presentan en la actualidad.

Entrevistar a Cachito Vigil, quien fue entrenador de la selección femenina de hockey reconocido por llevar al equipo a obtener la medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Sidney en el año 2000, que muestre su punto de vista de lo que para él significa el compañerismo tanto fuera como dentro de la cancha, contando alguna anécdota de cómo logró fortalecer al equipo y lograr que se subieran al podio, que en su momento era impensado.

Entrevistar a Maico Casella jugador del seleccionado que juega en el extranjero y que cuente sus vivencias: ¿Qué es lo que más extraña?, ¿Cuáles son las diferencias que encuentra estando en otro país en relación a las amistades?, ¿Algún compañero o amigo que recuerde que desde el primer día fueron inseparables?, anécdotas juntos , todo lo que significa el compañerismo hacia el otro y con el equipo, que pueda dar su punto de vista y explicar lo que significa para él.

Octava entrega: Clínicas de hockey final

Conclusiones y reflexiones acerca de este trabajo en las clínicas de hockey.

La idea principal de este documental es tratar por todos los medios posibles la difusión de estas Clínicas y transmitir las para su conocimiento puesto que no es todavía una modalidad muy popular.

Insistir para su conocimiento para intentar que las clínicas de hockey lleguen a todo el país, que se abran donde haya un pedazo de césped y para que más personas puedan participar en ellas y tengan entonces la posibilidad de disfrutar de este deporte.

Los deportes de equipo crean grandes valores de compañerismo y altruismo. En este cierre se va a realizar un conclusión entre todos los entrevistados que fueron apareciendo en el documental, dando sus puntos de vista acerca de la importancia de poder realizar estas actividades en todo el país y difundir el deporte. Se les preguntará también cómo ven las clínicas a futuro y si van a perdurar en el tiempo y cómo. Si ven viable la posibilidad de hacer estas actividades con la modalidad online ya sea brindando cursos a entrenadores, ejercicios y juegos recreativos a los chicos y chicas de diferentes edades o asimismo brindarles la posibilidad de tener un espacio para poder conocer a los referentes del deporte mediante esta plataforma realizando unas entrevistas online.

4.2 Género y formato del programa

Es importante conocer la diferencia entre género y formato para tener en claro los conceptos. Según Laura Crusellas el género se refiere al programa en general; mientras que el formato se refiere a la forma particular en que se desarrolla cada uno de estos programas

En la televisión existen tres grandes géneros: informativo, ficción y entretenimiento ya explicados previamente.

La realidad es la realidad y la televisión es una forma como otra de acercarse a ella con un filtro. Habrá cosas que pasarán por el agujero, otras se quedarán y también las habrá que saldrán torcidas. Querer comprender la realidad a través de la televisión sin entender el mecanismo del filtro equivale a no comprender nada. Identificar el filtro, comprender su funcionamiento y aprender a convivir humanamente con él nos hará más personas y por tanto más libres. (Obach, X. 2014, *La televisión: estructura y géneros y programación*)

El género será sin duda el documental deportivo, con un enfoque original en el sentido que no se visualizará solamente un partido de hockey y luego las consabidas discusiones entre los comentaristas acerca de las jugadas,

Sino que presentará un formato diferente, donde se mostrará el funcionamiento de las Clínicas de hockey y con esa excusa se hará un recorrido por toda la historia del hockey, de sus referentes, de quienes quieren acercarse y aprender y practicar el

deporte, pasando por anécdotas divertidas, fracasos, triunfos, entrenamientos, dificultades y todo lo que hace al deporte de elite.

Donde los sueños y un ideal forman una parte sustantiva del relato.

Y siempre con la premisa de que el deporte genera educación, fortifica el cuerpo, enseña a respetar las reglas y consignas, se aprende a cuidar la herramienta principal del deportista que es su cuerpo, y a cómo debe cuidarlo, ejercitarlo y alimentarse.

Se aprenden las reglas del compañerismo de un deporte de equipo, donde el éxito de una jugada depende a veces a no llevarse el éxito del gol, sino de saber compartirlo en un pase a un compañero para sea otro quien lo logre y que el triunfo sea el resultado del equipo

Los canales deportivos en los cuales va a ser transmitida la serie documental serán en ESPN y en DeporTV, dos canales deportivos de gran importancia en el país.

Existen diferentes géneros televisivos que llevan a cabo distintas temáticas sobre un tema.

En este caso, el género televisivo que se va a utilizar es el informativo. Los formatos informativos hacen hincapié en hechos y sucesos reales dónde el programa selecciona, organiza y los guiona para mostrarlo.

Hay diferentes formas de este género informativo: informativo diario o telediario, reportaje, documental, debate o *infoentertainment*.

Ambos canales tanto DeporTV y ESPN adoptan estos conceptos del género y transmiten al aire las 24hs, una gran parte con acciones en vivo y otras de repeticiones de partidos en cuanto se refiere al formato.

En este caso será un espacio destinado al formato de documental, también a modo de entretenimiento pero contando experiencias de las nuevas generaciones y cómo es la modalidad de las Clinicas de hockey, que da espacio para mostrar la historia del deporte, incluyendo los cambios en las nuevas generaciones y los avances en el aprendizaje de este deporte. Será tanto ilustrativo como docente.

Se trata de todo lo que este deporte implica. En la escenografía se descubrirán nuevos escenarios, cuidando la elección de los conductores para que puedan darle ritmo a las entregas y credibilidad en los conocimientos y hasta se incluirá la selección de una particular paleta de colores que identifique la entrega.

Hay que destacar que DeporTv y ESPN manejan una estética muy marcada., desde la tipografía elegida, la escenografía y los conductores que hacen que el programa sea único y se diferencie del resto de los canales deportivos.

La serie documental de Clínicas de hockey va a presentar una estética de color e imagen estudiada con cuidado para elegir desde la tipografía para los zócalos, la animación que también tendrá los mismos los colores identificatorios que las placas iniciales como se muestra en la figura 15.

4.3: Frecuencia y número de emisiones

Todas las semanas se va a estrenar un capítulo nuevo de la serie documental de Clínicas de hockey por ESPN y en DeporTV con la duración de 20 minutos cada uno.

Serán 8 capítulos o programas para que sea una entrega semanal durante dos meses.

De esta manera se generará continuidad creando expectativa en el espectador para esperar la siguiente entrega.

La idea de que cada emisión dure 20 minutos es porque es un tiempo suficiente para mostrar cómo funciona una Clínica, mostrando clubes, testimonios e imágenes de archivo que puedan darle ritmo al programa y que dejen las ganas de ver más y no la saturación que produce como consecuencia el zapping, perdiendo de esta manera la mejor imagen lograda. Los documentales que presentan en la televisión en la actualidad por ejemplo DeporTV que tiene su documental llamado “*Cambio de Juego*” en el cual presenta diferentes temáticas relacionadas con distintos deportes que dependiendo el tema a tratar tiene una duración de entre 14 y 15 minutos por capítulo. Como se transmiten por la televisión en un bloque de un programa, se estima que su

duración no sea demasiado larga para no dejar de tener la atención del espectador o televidente.

Por ello durante el desarrollo de la emisión debe comenzarse con una introducción, una narración y un cierre que genere emoción y redondee la idea del capítulo.

Ocho capítulos totales es lo que se considera como duración suficiente para la serie, para no extenderse con repeticiones de lo ya producido y completar la historia que acompañará a las Clínicas de hockey demostrando todo lo que ocasiona este deporte en sensaciones, camaradería y técnica, narrando la historia de este deporte..

Los canales de televisión seleccionados son por ejemplo ESPN, un canal por suscripción y con espacios dedicados al hockey sobre césped, con alta definición, con llegada segura a los amateurs o aficionados a este deporte, con un público cautivo y dirigido a este segmento, lo que lo hace ideal para mostrar un material inédito y completo sobre la historia y desarrollo de este deporte que continúa en la actualidad con grandes referentes como jugadores de elite.

En ESPN esta sección donde se va a lanzar un capítulo del documental de las Clínicas de hockey va a estar llevada a cabo por la conducción de Mercedes Mragalot, periodista y ex jugadora del seleccionado femenino de hockey de *Las Leonas*, una referente del deporte, con la compañía de Martín Altberg, comentarista y jugador de rugby en el club Alumni.

Es fundamental para la narrativa la solvencia y conocimiento profesional de los conductores para la credibilidad del relato.

Un capítulo nuevo saldrá al aire todos los martes a las 16:00 pm por este canal y se repetirá a las 23:00pm.

Deport TV es un canal de televisión abierta que pertenece a la Secretaría de Medios de la Nación y por lo que lo hace un canal con gran llegada masiva en la Argentina por su sentido de gratuidad y lo hace un medio de difusión interesante para este producto.

DeporTv presentará un capítulo los días martes a las 14:00 pm bajo la conducción de la marplatense Milagros Lay Gonzales, periodista muy reconocida en el ámbito del hockey, relatora de partidos de los seleccionados de hockey femenino y masculino y del torneo Metropolitano de Buenos Aires .También en este caso es importante la identidad de la conductora.

La repetición del mismo se llevará a cabo a las 00:30 am.

No sólo se podrán ver los capítulos en la televisión, sino que también al mismo tiempo por *streaming* en las plataformas que presentan estos dos canales, ESPN desde su aplicación ESPN Play y su página web y DeporTv por Youtube y su página web.

Entre los cambios observados en el comportamiento social es que la gente no sigue un horario fijo para interrumpir sus ocupaciones y ver su programa favorito.

Por eso, este sistema de repetición permite verlo en cualquier momento en que se esté disponible para conectarse a las redes, detener el programa y retomarlo después y lograr así una mayor difusión de lo que se quiere mostrar.

Por eso el comienzo debe tener la fuerza suficiente, (por si se lo encontró en la pantalla por casualidad, sin esperarlo) para que el espectador quiera seguirlo viéndolo hasta el final.

Las promociones y avances durante las programaciones anteriores de los canales donde se difundirá el documental, ayudarán a despertar el interés.

El ritmo que se logre en este tipo de entregas es fundamental para atraer la atención del espectador.

Por eso debe seleccionarse cuidadosamente el material, tanto en la búsqueda de imágenes atractivas, como en elegir las anécdotas desconocidas o graciosas sin salirse del centro del relato que se quiere difundir.

Es importante ser muy cuidadosos con la elección de un pre-guion a seguir para respetar la continuidad del relato y donde finalmente, mientras se realiza la edición, se concluirá con un guion definitivo.

A diferencia de otras series televisivas cuando se trabaja con la realidad no siempre las imágenes y testimonios logrados coinciden con lo que se idealizó y se descubre en el capítulo trabajado, al finalizar la edición, con algunas imágenes logradas inesperadamente.

Capítulo 5. Carpeta de Producción

En este capítulo se va dar a conocer cómo se va a llevar a cabo el presupuesto del documental, el plan de rodaje y la financiación del mismo. Todo lo que se va a tener en cuenta para poder producir la serie documental de Clínicas de hockey que se presentó en los capítulos anteriores.

5.1 Presupuesto

Hay varias ayudas para organizar un presupuesto para hacer un documental. Lo fundamental es no dejar ningún rubro afuera porque puede resultar muy costoso haber dejado alguno de lado por descuido.

Ya está institucionalizado hacerlo con planillas desde el programa Excel, porque las distintas fórmulas que tiene esta herramienta y el orden de las columnas organizan el trabajo y ahorran el error en las cuentas.

Pero cualquier otro sistema si sigue todas las pautas sin olvidar ningún rubro es lícito para que cada quien se maneje con el que se sienta más cómodo. A veces, cuando se pide financiación se piden esquemas de presupuestos más rígidos.

Hay algunos modelos preconcebidos como el que presenta el ICAA (*Latin American Chapter*) especialistas en congresos y comunicaciones en canales que tiene sus planillas *Excel* ya prediseñadas, pero las modalidades son diferentes para cada presentación en especial, por lo tanto conviene primero considerar los diferentes ítems para analizar.

En el documental de Clínicas de Hockey se trabajará en principio con colaboradores ad-honorem, que es toda la gente que participa en estas clínicas, y donde hay que considerar en el presupuesto todo lo que supone equipos técnicos profesionales.

Estas serían algunas de las categorías que hay que considerar para armar un presupuesto de documental. Primero y principal el desarrollo que implica gastos de desarrollo, derechos, honorarios de guionista, preparación de viajes, gastos, almuerzos, hoteles y traslados si fueran necesarios.

Los autores de un documental son el guionista, el director y el músico y la supervisión del trabajo está a cargo del Productor General. Los honorarios del Productor Ejecutivo, Productor, Productor Asociado, Director, también se tienen en cuenta porque son valores altos. El elenco, en el caso de las Clínicas de Hockey no se utilizarán extras, ni dobles ni suplentes, porque no se harán escenas dramatizadas, serán momentos reales de filmación en el cual no habrá actores ni actrices. En el mundo documental no es común la actuación de actores. Es más normal la participación de entrevistados y expertos en el tema. Por eso en el presupuesto se considerarán pequeñas atenciones para con ellos, como invitarlos a almorzar o algún detalle simpático. Con el presentador del programa se pactará de antemano sus honorarios, al igual que el de los locutores y conductores quienes también cobran honorarios.

En este caso de las Clínicas de Hockey se necesitará un productor general y dos productores juniors. El Productor general será quien tendrá a cargo el programa en sí. Su organización general y el control del guión. Los productores juniors se ocuparán de la citación de los equipos técnicos, la búsqueda y permiso de las locaciones y la cita con los entrevistados. Un asistente contable será necesario y reportará al productor general. Será esencial para llevar el orden de los gastos controlando de no excederse del presupuesto pautado.

También hay que considerar el alquiler de estudios de grabación y de sonido. Equipo de cámara. Sonidista, Operadores, supervisor e ingeniero de sonido. En las Clínicas de hockey se trabajará solamente con dos cámaras para abaratar costos. Una para los exteriores y para las tomas generales y otra para las entrevistas, primeros planos en partidos, inserts y detalles. De esta manera se ensamblarán ambas imágenes con una considerable reducción de gastos. En esta parte hay que calcular el alquiler o compra de cámaras, drones, grúas y todo lo que sea necesario como material de rodaje también debe hacerse el cálculo del alquiler de coches y lo necesario para su traslado.

Si no se consolida una empresa que se dedicará a la producción de documentales lo más conveniente será el alquiler de equipos, se podrá optar por una mejor calidad de los mismos sin la necesidad de hacer una gran inversión en un principio. El equipo de sonido que lo integran Sonidistas, operadores, supervisor e ingeniero de sonido. Siempre se trabajará con dos canales; sonido ambiente y sonido personal. A veces haciendo mix se permitirá escuchar el sonido del viento, del río, de un golpe de pelota unido al sonido de un personaje hablando cuidando que un sonido no tape al otro, y que sea la charla del entrevistado la que cobre relevancia porque debe ser clara y entendible.

En algunos casos, de ser necesario los diálogos pueden ir también subtítulos.

Un documental exige credibilidad y naturalidad tanto en las imágenes como en el sonido. Nada debe ser exagerado, aunque por momentos un fondo musical puede poner énfasis a una escena y darle o no dramatismo según sea la necesidad.

También se encuentran el equipo de vestuario y maquilladores. Sólo necesario en el caso de los conductores, que deberán estar maquillados y vestidos de una manera casual, ya que se trata de un programa deportivo, y el deporte es el motivo de atención de este documental, los conductores deben cuidar la prolijidad y el profesionalismo y no convertirse en las estrellas del documental ya que el lugar central lo ocupará la historia a narrar.

En las clínicas de Hockey el vestuario consistirá en los propios de las jugadoras o los equipos de los clubes a quienes representan. Los entrevistados se mostrarán como son en la vida real.

En este caso, no se utilizarán materiales de Arte como utilería, o el armado de sets de filmación ya que se prioriza la escenografía natural del ambiente donde se realicen cada una de las entrevistas.

La producción necesita tener citados y agendados de antemano día y hora de cada entrevista con los permisos solicitados y otorgados por los clubes, intendencias,

canchas de juego y asimismo los horarios y las locaciones pautados con los entrevistados con antelación.

Hay que recordar que la filmación comienza cuando llega el equipo técnico, y el precio de las cámaras y técnicos comienza a correr desde el momento de la cita, por eso todos deben respetar la puntualidad.

El Material virgen debe tener suficientes tarjetas de memorias o discos externos ya sea para *off-lines* o para bajadas. Se tiene en cuenta que se obtendrán muchas imágenes de larga duración que después se seleccionarán en la visualización y las mismas quedan muchas veces reducidas a segundos.

Los discos para masters y submasters, para audio, para copias, para transcripciones son esenciales. Cuidar especialmente que no se interrumpa una grabación por la falta de un disco duro o la falta de un disco para copias de seguridad o copias finales en los formatos necesarios.

Para la post-producción se necesitará un equipo de edición que consta en un alquiler de sala de edición, editor de doblaje y asistentes. También equipo de sonido y video como transfers, ediciones online y offline, grabación de locución post producción de sonido, copias. La realización de los trailers y avances de los videos para las redes sociales

La búsqueda de material de archivo puede llevar varias horas de visualización, a veces hay que obtener los derechos, archivos de sonido (Un glorioso gol de un campeonato de *Las Leonas*) puede resultar imprescindible para darle al momento la significación del mismo en un campeonato y las imágenes de la cancha en ese momento mostrando tanto a la hinchada de las ganadoras como las caras de las rivales, no necesitan comentario y tienen el valor y la fuerza de una imagen

Se tiene en cuenta los costos de los viajes y transportes ya que la mayoría de los clubes de hockey quedan lejos de la Capital. Para esta serie documental está pautado mostrar algunas clínicas del interior del país y para ello hay que contar con los gastos que ocasiona el traslado. También es importante considerar los seguros porque

cualquier accidente del equipo técnico o de personas puede conducir a la ruina a un equipo de producción.

Si la producción es en otra provincia, hay que considerar los pasajes de todo el equipo técnico, hoteles, traslados en la ciudad, comidas y viáticos.

Es importante en este primer documental trasladar al equipo técnico mínimo y necesario, visualizar el material durante el mismo día de terminada la jornada de trabajo para asegurarse que el material obtenido es el deseado para no tener que repetir el viaje en otro momento y duplicar de esta manera el esfuerzo y los costos.

El tiempo y el clima juegan muchas veces en contra de una filmación. En el hockey un partido no se suspende por mal tiempo. Por lo que para darle veracidad al esfuerzo y la pasión, no se suspendería una filmación por este motivo. También es cierto, que para el colorido de la filmación si llueve durante un mes seguido debe esperarse a algún día de sol. Los días de lluvia, los otoñales, los de sol dan diferentes matices que hacen más atractiva la entrega.

Luego en la parte comercial la cual es una de las partidas más importantes. Puede ser el mejor documental de la historia, pero si nadie lo conoce pasará inadvertido. El porcentaje destinado al marketing abarcará entre un 20 a un 30% del valor total para las redes sociales tanto en *Instagram* como en *Facebook* y *Youtube*.. Para que un proyecto se convierta en un proyecto de éxito debe hacerse énfasis en su difusión.

Es por ello que aquí se ha previsto hacer cortos y entregas por streaming que es la retransmisión en directo o emisión en continuo redes sociales, *Instagram*, *Youtube* y *Facebook*. Se manda por ejemplo por un aviso por *Facebook* alertando que se está haciendo un streaming.

5.2 Financiación

Encontrar financiación para un proyecto puede resultar una tarea compleja.

En EDN *Financing Guide* es una guía ordenada y completa que pueden adicionalmente dar a conocer más detalles acerca de los foros de capacitación de las

cinematográficas de los países para descubrir que distribuidoras están interesadas en películas documentales.

Esta guía incluye cómo conseguir y coproducir con socios europeos. Y también contiene información sobre los fondos disponibles y ayuda a que estas películas sean financiadas.

El fondo *Bertha* IDFA financia el desarrollo, producción y postproducción de proyectos documentales de cineastas de países en desarrollo.

El objetivo de IDFA es estimular y potenciar al sector audiovisual y creativo en Asia, Africa, América Latina, Oriente Medio y partes de Europa del Este, especialmente en la creación de documentales.

El apoyo brindado por el fondo no es únicamente monetario pues también presta servicio de asesoramiento.

Los documentales financiados por IDFA son documentales que a través de una forma creativa de expresión artística dan a conocer una visión del mundo y un estilo de vida.

Argentina está en la lista de uno de los países elegibles de América Latina.

En la Argentina el INCAA, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales está destinado a ayudar a quienes quieran presentar proyectos inéditos de largometrajes documental.

Se realizan en dos etapas. La primera se seleccionarán 18 proyectos de todo el país, 3 de cada región. Los ganadores recibirán acompañamiento tutorial y capacitación a cargo de especialistas en guión, presupuesto, asuntos legales, diseños de producción, pitching y distribución. En la segunda etapa los proyectos se presentan en un *pitching* en el mercado FILM. AR. El jurado premiará a diez de ellos que accederán a apoyo para viajar a un festival o mercado internacional para buscar la financiación necesaria.

Asimismo a los ganadores de la segunda etapa, el INCAA les otorgará a cinco de ellos hasta el 50% del financiamiento del documental en caso de conseguir el 50% restante.

La idea para el financiamiento de las Clínicas de Hockey es recibir el apoyo de los clubes donde se practica este deporte en todo el país.

También a través de la edición de una revista llamada Conozca las clínicas de hockey que se enviarán con el apoyo de las instituciones a todos los socios de los clubes para que hagan un aporte personal a la apertura de una cuenta bancaria.

Y el resto será con la colaboración voluntaria de todos los que participen en el documental más el auspicio de los Canales DeporTV y ESPN por donde se transmitirá el mismo.

La difusión del proyecto se hará a través de las plataformas digitales con el apoyo de las “*influencers*” tanto jugadoras de Primera división de diferentes clubes de Buenos Aires y del interior del país que cuentan con gran cantidad de seguidores, como de las plataformas de los Seleccionados de Las Leonas y Los Leones y de la Secretaría de Deportes de La Nación, logrando que se lo incluya como objeto de interés nacional, ya que a través del deporte se inculcan valores y se ayuda a sacar a niños de la calle.

5.3 Cronograma/Plan de Trabajo

Cada capítulo tendrá como esquema la apertura de un partido de nivel nacional que comenzará con una cancha llena en un campeonato y la muestra del gol definitorio del partido que lo declara el ganador.

Serán planos abiertos de la cancha, algunas jugadas notables, primeros planos de jugadoras/es transpirados, buscando gestos de euforia, de cansancio, gritos de aliento, de desazón. Luego el abrazo final de los ganadores, sus cánticos locales y de ahí se pasa a entrevistar a una de las jugadoras.

El entrevistado estará cómodamente sentado frente al entrevistador que no aparecerá en cámara. Contando su historia, sus comienzos, sus esfuerzos por llegar a la selección o a la primera de su club, dependiendo quien sea el que se está entrevistando.

La entrevista de todos los programas comenzará con la misma pregunta: ¿Por qué juegas al hockey? Después se tratará que la charla transcurra por los espacios que vayan surgiendo, sin ser dirigidos. Luego se mostrará el club, sus insignias, su

camiseta, y se hará bastante foco en el público y en su entusiasmo. Y se mostrará alguna imagen de archivo de algún partido antiguo o memorable donde un referente de ese club contará la historia de ese seleccionado. Esta primera parte durará 10 minutos de los 20m pautados. Y de allí se pasa a otro partido, mucho más torpe por supuesto, de las recién iniciadas en una de las Clínicas de hockey. Luego se hará una pequeña charla con juegos entre las entrevistadas y las coordinadoras de la Clínica. Siempre se contarán anécdotas y el ambiente será festivo.

Se acompañará con una cámara a una de las alumnas o grupos de ellas, mostrándolas desde la salida de su casa (imagen de la casa) el camino hacia la clínica, la llegada, el recibimiento de sus compañeras. Y sus comentarios con la misma pregunta ¿Por qué juegas al hockey? Contará sus planes, proyectos a futuro.

Se tendrá una conversación con los entrenadores que también hablarán acerca de sus esfuerzos para dedicarles tiempo a estas prácticas. Se realizará una toma a una charla grupal de las chicas entre sí, con sus entrenadoras.

Cuando descansan para la merienda, se va a dejar la cámara en un trípode filmando la escena para extraer lo más sabroso del día.

La técnica de las entrevistas es comenzar con una charla informal, y empezar a filmar al entrevistado sin que se dé cuenta, hasta lograr la mayor espontaneidad y comodidad del interlocutor. Se va a intentar buscar que el tono del entrevistador sea siempre amistoso para lograr crear un clima cómodo.

Y terminar el capítulo con reflexiones finales. Tanto del conductor del programa como de los referentes.

Serán 8 capítulos de factura muy similar, donde lo distinto y sabroso estará en saber extraer comentarios divertidos y mostrar la diversidad de sus participantes.

Las imágenes finales van a ser abiertas, mostrando el sentido de libertad, el espacio abierto y la vida del deporte al aire libre.

Un locutor en off irá uniendo y explicando si es necesario los distintos segmentos del capítulo.

Este esquema formará parte del formato que se repetirá en todos los capítulos presentados, que serán 8 capítulos de 20 minutos de duración una vez por semana.

Antes de empezar la gran aventura de iniciarse en la creación de un documental es importante mirar “Aprender a mirar” como dice el maestro Iñigo Trojaola con experiencia en Canal+ de España o como cuenta Jordi Ambrós de TV3 “cuando descubres a través del ojo de la cámara imágenes que te hubieron pasado desapercibidas” . El mayor incentivo es estar convencido de que la historia merece contarse. Ser un gran observador de documentales ayuda a acumular experiencia. Los documentales de animales llevan años en realizarse. En Huffington Post explican como la BBC introduce la cámara para seguir a los animales por la selva sin que estos se den cuenta, y ayudan a hacer reales escenas difíciles de descifrar. Un documental de la BBC mostró la impactante secuencia de una iguana perseguida por un ejército de serpientes. Este video resultó viral por lo impactante de sus imágenes. Fue una serie de documentales de *Planeta Earth 2* que hizo que esta serie se convirtiera en un ícono de la historia del género. Tuvo una extraordinaria belleza en alta resolución, por lo que las imágenes hacían que el espectador se sintiera en el medio de la escena. En esta serie se registraron por primera vez a especies desconocidas como el desconocido delfín rosado del Amazonas.

El creador de la “*iguana más famosa*” como se la conoció en el medio, fue *Mike Gunton*, biólogo y director creativo de la Unidad de Historia Natural de la BBC.

En un par de semanas del estreno del primer capítulo el share en el Reino Unido fue de 41%, más de 12 millones de espectadores.

Gunton dice que a través de los documentales de animales de la naturaleza hubo una “aceleración de conocimientos compartidos con la comunidad científica”-

La técnica del documental, de contar una historia real con imágenes, y en este caso con imágenes de alta definición eligiendo encuadres y tomas artísticas, tratándose de animales, son historias muy difíciles de filmar que pueden convertirse en una pieza artística de increíble calidad.

Para ello se utilizaron cámaras con control remoto y drones y cámaras estabilizadas para cuando los animales saltan, vuelan o trepan.

Para lograr estos efectos son necesarios añadir efectos de sonido, que dan emoción a la situación que se está mostrando, editar para que la secuencia de tiempo real quede reducida a los momentos importantes y crear una narrativa. El guión que cuenta la historia es tan importante como mostrar su desarrollo.

Este primer documental mostrando las Clínicas de Hockey tendrá todos los ingredientes cuidadosamente seleccionados con la intención de que pueda difundirse este deporte de manera atractiva y cómo desde las Clínicas de Hockey se acercará a quienes quieran intentar practicarlo para que el hockey se convierta en un deporte sano que se transforme en pasión.

Conclusiones

Retomando los objetivos establecidos al comienzo del Proyecto de Graduación, se realizó un análisis detallado de cómo realizar un documental para poder difundir las Clínicas de hockey que se realizan en el país y dar a conocer el deporte para aquellos que no tenían conocimiento del mismo. Se tuvo en cuenta que nunca setuvo un alcance de material audiovisual o de comunicación en los medios televisivos acerca de estas actividades que se estuvieron haciendo y que se realizan en distintos clubes, barrios y sectores del país. Para la realización íntegra de la pieza audiovisual se profundizó y estudió las distintas etapas de la realización, desde la pre-producción, la producción y la post-producción conociendo qué es lo que se realiza en cada etapa y cómo se lleva a cabo la misma. Se tuvieron que tener en cuenta tanto los conocimientos conceptuales cómo los técnicos respecto a los procesos por el cuál se lleva a cabo la realización del documental para lograr así una mejor pieza audiovisual. Se conoció acerca de la historia del documental, sus inicios en el mundo del cine y la televisión, haciendo un largo recorrido hasta la actualidad. Se analizaron los diferentes formatos existentes que presenta la televisión ejemplificando con distintos formatos para lograr un mejor concepto del mismo. Se conoció cómo se crea y planifica un formato televisivo y todo lo que se debe tener en cuenta para el mismo, desde los presentadores hasta la escenografía , el contenido y cómo esos detalles hacen único al formato y lo diferencia de los otros. Se realizó un análisis de 3 canales deportivos: ESPN , DeporTV y TycSports para profundizar y diferenciar los contenidos y formatos de cada uno y mostrar las distintas plataformas que utilizan para luego elegir en cuál de ellos se realizará la transmisión del documental. También se investigó acerca de las redes sociales más utilizadas en la actualidad *YouTube, Instagram y Facebook*, se especificó cada una de ellas diferenciando sus funciones y usos. Se utilizaron ejemplos de diferentes documentales que hicieron uso de las redes sociales para promocionar los mismos. A raíz de esto se analizó cómo las redes sociales son

utilizadas en el deporte específicamente en el hockey. Se investigaron varias cuentas de *Instagram* relacionadas con hockey para mostrar los contenidos y la estética que utilizan en las publicaciones.

Dicho proyecto puede utilizarse para incorporar más personas al deporte y a los *sponsors* que deseen colaborar con estas actividades o clubes que puedan ayudar alentándolos para que desde su lugar se pueda conseguir el aporte de materiales como palos, canilleras o conos para ser usados en las clínicas. El motivo de la elaboración de una serie documental bajo el nombre de *Corner Corto*, surge a partir de que no posee una pieza audiovisual que represente estas clínicas que se realizan a lo largo del año en distintos lugares del país, explicando quiénes las hacen, cómo se llevan a cabo y cuáles son las actividades que se realizan. Y en este Proyecto de Grado se buscó mediante una investigación sobre el documental, realizar una serie de este género para poder brindar información a los medios de comunicación y a los televidentes acerca de las clínicas de hockey. No solo se van a difundir en estos medios, sino que también va a generarse una campaña de comunicación en las redes sociales ya analizadas previamente para llegar de manera masiva al público.

Lista De Referencias Bibliográficas

Birri, F , (1996). *Por un nuevo cine latinoamericano 1956-1991*, Losinundados.Catedra.

Barroso. M, (2009), Documental Televisivo : la transformación del género documental.*El documental: El concepto de documental*, p. 14-16.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf

Barroso.M,(2009),*El documental: El concepto de documental* p. 16

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf

Daniela Zavala . C, (2010), Documental Televisivo : la transformación del género documental (tesis doctoral) Escuela de las Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo1.pdf

Daniela Zavala . C, (2010), Documental Televisivo : la transformación del género documental (Tesis doctoral) Escuela de las Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf

Daniela Zavala . C, (2010), Documental Televisivo : La transformación del género documental (Tesis doctoral) Escuela de las Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo4.pdf_p

Daniela Zavala . C, (2010), Documental Televisivo : La transformación del género documental (Tesis doctoral) Escuela de las Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo6.pdf

Daniela Zavala . C, (2010), Documental Televisivo : La transformación del género documental (Tesis doctoral) Escuela de las Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo1.pdf

Obach. X ,(2014),*La televisión: estructura y géneros y programación*, 2014

Bibliografía

Cinema Vertíe: Historia. Disponible en:

<https://imagengarci.wordpress.com/category/historia-del-cine/cinema-verite/>

Domínguez, R, (2005), *Video Documental: Del Huipil a la Chilaba: El documental*. Disponible en:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/dominguez_r_g/capitulo5.pdf

Historia de ESPN2. Disponible en:

[https://es.wikipedia.org/wiki/ESPN_2_\(Estados_Unidos\)](https://es.wikipedia.org/wiki/ESPN_2_(Estados_Unidos))

Historia de Deportv. Disponible en:

[https://es.wikipedia.org/wiki/DeporTV_\(Argentina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/DeporTV_(Argentina))

Historia de Instagram. Disponible en:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Jaunarena J (2007) , *Las etapas del proceso de realización* . Disponible en:

https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/07_jaunarena_jorge_las_etapas_del_proceso_de_realizacion_ficha_de_catedra.pdf

Paula, O (2020) *Redes sociales: que son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing*. Disponible en:

<https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>

Raffino, E (2019) *Redes Sociales*. Disponible en:

<https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz6JzZbJ8dJ>

Sanchez. L, (2014), *Formación audiovisual: documental cinematográfico*. Disponible en:

<http://formacionaudiovisual.blogspot.com/2014/09/documental-cinematografico.html>

Tipos de documentales: ¿Qué es un documental? . Disponible en:

<https://www.tipos.co/tipos-de-documentales/>

Vonne. L, (2016), *Nanuk, el esquimal, el primer documental de la historia del cine*. Disponible en:

<https://hipertextual.com/2016/07/nanuk-esquimal-documental>

Villanueva, J (2016), *El uso de las redes sociales en el deporte*. Disponible en:

<https://soy.marketing/uso-las-redes-sociales-en-deporte/>

Zavala, D (2010), *Documental Televisivo, El documental como género: Subgéneros y formatos*. Disponible en:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo6.pdf

Zavala, D (2010), *Documental Televisiv, El concepto de documental*. Disponible en:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf

Zavala. D (2010) . *Documental Televisivo , La televisión y el documental* . Disponible en:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo2.pdf

Zavala. D (2010) . Documental Televisivo, Historia del documental: del cine a la televisión. Disponible en:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo4.pdf

Total Medios (2019). Disponible en:

<https://www.totalmedios.com/nota/39517/tyc-sports-cumple-25-anos-entre-los-canales-deportivos-mas-vistos>