

Fútbol restringido

La situación de los medios audiovisuales que transmiten el fútbol de ascenso

*Agustin Bordignon

Falta una hora para el comienzo del partido entre Platense y Mitre de Santiago del Estero y en el sector de prensa de la platea local del Estadio Ciudad de Vicente López, un grupo de pibxs veinteañerxs mantiene una conversación futbolera mientras monta una cámara de video. En esta tarde soleada de domingo hay un dejo de incertidumbre ya que son conscientes de que pueden sufrir un bloqueo a su streaming que no les permita salir al aire. Lo saben porque recibieron mensajes en el grupo de whatsapp de Medios Partidarios Unidos (MPU) donde compañerxs de otros medios les avisaban que algunas transmisiones fueron dadas de baja tras un reclamo que la corporación TRISA (Tele Red Imagen S.A.), propietaria del canal TyC Sports, les hizo a través de Facebook.

Mientras desenrollan cables, hacen las conexiones en la cabina y chequean la señal de internet, conversan preocupadxs por la solidez de la defensa que presentará su equipo en esta primera fecha de un nuevo torneo de la B Nacional. La cámara que están montando a la altura del mediocampo hará el plano general de la transmisión audiovisual que podrán ver todxs lxs hinchas del club a través de Facebook Live, si es que el multimedia que busca monopolizar las transmisiones no les niega esa posibilidad. Esta vez lo harán por Facebook ya que el canal de YouTube lo tienen bloqueado para *strimear* desde mediados del campeonato anterior.

Los medios de comunicación partidarios no solo brindan el servicio de transmitir los partidos de forma abierta y gratuita a través de internet. También generan información del día a día de la vida institucional y deportiva del club. Se definen como partidarios porque sus integrantes se reconocen hinchas del club en el cual ejercen su oficio periodístico.

“Nosotros hacíamos las transmisiones por nuestro canal de YouTube hasta que TyC Sports nos bloqueó en marzo de 2018, cuando estábamos transmitiendo el partido entre Flandria y Gimnasia de Jujuy” cuenta Juan Bianchi, integrante del medio ‘Siguiendo al Canario’. Juan hace los comentarios del partido al mismo tiempo que es director de cámaras en el medio que sigue la campaña de Flandria. Nacieron como radio en 1994, cuando las transmisiones se realizaban con un *movicom* de los pesados. A fines del 2015, implementaron las transmisiones audiovisuales vía streaming por YouTube.

Los problemas empezaron a principios de 2017. Entonces sintieron las presiones que la empresa ejercía a los dirigentes de los clubes en las reuniones de comisión directiva de AFA. No hubo cartas formales ni acciones legales, pero sí intentos de no permitir el ingreso de los medios partidarios a los estadios. Las acciones intimidantes se materializaron cuando en marzo de 2018 fueron bloqueados los *streamings* de YouTube de varios de los medios que cubren los partidos de la B Nacional y la Primera B Metropolitana. Fue una acción sistemática del Grupo TRISA llevada a cabo en una misma fecha mientras los partidos se estaban disputando.

-“El reclamo que hacemos los medios es que si bien a principios de 2016 la AFA firmó un contrato donde se estableció que TyC Sports tiene los derechos de televisación de los partidos para transmitirlos por su canal de cable, en el caso del *streaming* vía internet lo que se prohíbe es la retransmisión de los contenidos generados por ese canal. No existe ninguna restricción para la transmisión vía internet de contenido propio generado íntegramente por los medios partidarios. Si vos no robás la señal de TyC, no tienen por qué bloquearte el canal. Internet es libre para la transmisión de contenidos propios” explica Juan.

“TyC Sports bloqueó arbitrariamente las transmisiones con el pretexto de arrogarse un derecho de autor inexistente ya que los medios partidarios toman imágenes con sus cámaras, registran audio con sus micrófonos y cuentan con sus propios relatores y comentaristas. Yo no agarré la señal de TyC Sports y me puse a retransmitirla: generé un contenido propio con una cámara propia, con una conexión propia. Yo no le pedí nada a TyC Sports”, afirma Ezequiel Butti de ‘Platense a lo Ancho’.

Los medios se amparan en la ley Argentina Digital (Ley 27078) y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26522) para ejercer su reclamo. El artículo 56 de la ley Argentina Digital (2014) especifica sobre la neutralidad de la red que garantiza a todos los usuarios de internet a producir y subir contenidos sin ningún tipo de restricción o bloqueo. En cuanto a la LSCA (2009), en su artículo 77 indica que se garantiza el derecho al acceso universal a las producciones audiovisuales de interés general con contenidos deportivos y acontecimientos futbolísticos.

Cuando lxs trabajadorxs de medios locales accedieron al contrato que AFA y TRISA tienen desde 2015, encontraron que hay artículos descabellados. Entre ellos, el que señala que TRISA obtuvo los derechos de transmisión incluso en aquellos soportes tecnológicos que aún no han sido inventados.

Frente a los bloqueos en YouTube, los medios chicos empezaron a buscar estrategias para poder seguir brindando el servicio.

“No fue lo mismo pasarnos a Facebook Live porque perdimos alrededor del 60 o 70% de la audiencia que teníamos antes de los bloqueos. YouTube es una herramienta a la cual se accede muy fácil. En cambio, ver los partidos en Facebook es mucho más complejo porque tenés que tener una cuenta y además esa red social no permite la misma calidad de imagen. Al día de hoy las transmisiones por Facebook son lo mejor que podemos ofrecer al hincha hasta que tengamos nuevamente la posibilidad de utilizar YouTube. En nuestro caso, no tenemos el canal bloqueado porque en base a las experiencias previas de otros medios, cesamos las transmisiones a través de esa plataforma para evitar perder los más de 2000 videos que tenemos subidos. Hace 10 años que tenemos el canal y está lleno de contenidos”, cuenta Gabriel Zimmerman de ‘Ferro Web’.

Gabriel es contador público y junto con otros amigos abogados creó FerroWeb en 2001. La intención era brindar información a los socios sobre el mal momento que estaba pasando el club de Caballito a partir de los descensos y la quiebra.

Su situación es similar a la de integrantes de otros medios que además de tener sus empleos, realizan esta actividad periodística por el placer de hacerlo en su propio club. Ponen plata de sus bolsillos para financiar viajes, compra de equipos y demás gastos. En algunos casos, tienen ingresos por publicidad proveniente de comercios amigos o reciben aportes de lxs hinchas a través de su página web. Pero su ecuación económica es siempre deficitaria. Para mantener la independencia periodística que les permite ser críticos en los análisis, deciden no obtener financiamiento del club. Rechazan la idea de convertirse en la voz oficialista de la dirigencia de turno. Los medios partidarios no persiguen un fin de lucro y quizás eso sea lo que incomoda a las empresas televisivas que ponen grandes intereses económicos en juego en el mundo del fútbol.

Un factor determinante para el florecimiento de este tipo de producciones audiovisuales es la prohibición del ingreso de público visitante a los estadios, algo que rige en las diferentes categorías del fútbol argentino. Lxs hinchas que no pueden viajar para ver a su equipo en calidad de visitante, se fueron sumando a mirar los streamings fecha tras fecha. Frente a este

panorama, las visualizaciones en YouTube aumentaron hasta superar el número de 20.000, en algunos casos.

El grupo TRISA cuenta con una plataforma de internet denominada 'TyC Sports Play' donde transmite los partidos. El detalle es que para acceder a esas transmisiones, el público tiene que ser usuario de alguno de los cableoperadores. Las restricciones por parte de la empresa surgieron cuando durante los partidos de los clubes grandes las transmisiones partidarias alcanzaban un promedio de 15.000 visualizaciones, concentrando un gran caudal de espectadores en forma simultánea.

“Nosotros en 'Platense a lo Ancho' arrancamos siendo cuatro personas y ahora somos trece. Durante la transmisión, cada uno tiene un rol específico pero durante el armado estamos todos. Llegamos a hacer transmisiones hasta con cinco cámaras HD, y para eso hay que tirar muchos cables de hasta 100 metros de largo, con retorno de audio para que el operador le pueda hablar al camarógrafo y pedir imágenes. A veces, para una sola cámara tenés que tirar hasta tres cables. Yo que soy el relator ayudo al operador en el armado, quien a su vez se pone a tirar los cables con el camarógrafo. El comentarista de la transmisión también escribe las crónicas. Es un laburo en conjunto donde todos suman. Tenemos varixs diseñadorxs lo que significa que cuando alguien no puede hacer las placas de los partidos, se encargan los demás. A todos nos gusta hacer lo que hacemos y nos vamos ayudando entre nosotros. Es un laburo muy cooperativo”, comenta Ezequiel.

Unidad para fortalecerse

“Si se la querés pelear individualmente a TRISA tenés posibilidades, pero eso te demandaría contar con un estudio jurídico que te avale. Necesitás mucho dinero. Es una lucha totalmente desigual la de un medio sin fines de lucro contra una empresa de carácter monopólico” dice Gabriel Zimmerman de FerroWeb.

Cuando comenzaron las presiones de TyC Sports a los departamentos de prensa de los clubes para amedrentar el trabajo de los medios partidarios, algunos medios como 'Vivo x Los Andes', 'Pasión por Instituto', 'Ferro Web' y 'La Gloria o Devoto' decidieron por primera vez actuar en conjunto y defender el derecho a la comunicación. En las primeras charlas reconocieron todo lo que tenían en común: una misma actividad, cada una en su club y una situación que divisaban como injusta. En la primera semana, ya eran diez medios de todo el país los que estaban en contacto. Conformaron la asociación Medios Partidarios Unidos (MPU) que nuclea a los medios del ascenso de todo el país, representando a cientos de trabajadores entre técnicos y periodistas.

“Lo que se logró con MPU es tener una identidad para poder expresarnos a partir de los bloqueos en YouTube. Gracias a esa unión, lo dimos a conocer y logramos que no queden en la nada. La primera respuesta surgió de un documento conjunto lanzado desde MPU y después cada medio lo compartió en redes” comenta Ezequiel.

Darle al hincha la posibilidad de elegir

Cuando los hinchas empezaron a elegir las transmisiones partidarias, algunas emisiones llegaron a duplicar o triplicar el número de espectadores en comparación con 'TyC Sports Play'. Los integrantes de medios explican que esta situación se debe a que las personas valoran mucho el conocimiento que los medios partidarios tienen de lo que ocurre día a día en el club. También influyen la manera en que se lleva a cabo el relato y el registro pasional a la hora de gritar los goles propios.

“Cada medio partidario conoce muy bien a su club. Cuando nosotros hacemos transmisiones nos apoyamos en el medio del otro equipo para obtener información. Si Ferro juega con Instituto o con Flandria, en la semana previa yo me comunico con ellos para ver qué me pueden contar sobre la actualidad del equipo, los lesionados, la formación táctica, el técnico. Ese trabajo colectivo nos da el conocimiento necesario para enriquecer periódicamente las transmisiones. Por el contrario, suele ocurrir que en las emisiones de ‘TyC Sports Play’ se equivocan en los nombres de los jugadores o los confunden. Además, la calidad de imagen no es buena” comenta Gabriel. “Nuestra motivación para seguir transmitiendo son los hinchas de nuestros clubes. Nos enorgullece cuando nos escriben hinchas desde Suiza, Brasil o Alemania agradeciéndonos la posibilidad de ver a su equipo. Si los hinchas te lo agradecen, ves que el esfuerzo que hacés vale”.

Para dar cuenta de la relación que existe entre los medios y lxs hinchas, Juan Bianchi detalla una situación ocurrida en el preciso momento en que les bajaron la señal de *streaming*.

“El día que nos bloquearon, en el partido entre Gimnasia de Jujuy y Flandria, armamos un canal de YouTube privado: teníamos la necesidad de seguir transmitiendo porque había muchísima gente mirándonos. Creamos el canal en forma privada para que ‘TyC Sports Play’ no nos pueda rastrear y enviamos a través de las redes sociales el link de la transmisión con el nombre de usuario y la contraseña para que la gente entrara directamente. Enviamos una cadena de difusión vía Whatsapp y mensajes directos por Twitter. Recibimos una respuesta excelente porque a pesar de que en la transmisión original teníamos alrededor de 500 espectadores, terminamos transmitiendo ese partido con alrededor de 220. Lo increíble es que todo lo armamos durante los 45 minutos que dura el segundo tiempo y pudimos llegar a esos 200 hinchas a través de las redes sociales.”

Satisfacer a lxs hinchas a partir de mostrarles el partido es el principal estímulo para las personas que realizan esta actividad. Al no perseguir intereses económicos, el mensaje de apoyo y agradecimiento del hincha/espectador es lo que los empuja a continuar con su tarea. A partir de la situación de los bloqueos, esa relación entre el medio y el hincha se afianzó.

“Somos rivales, no enemigos”

Desde sus comienzos, Medios Partidarios Unidos se propuso ser una organización federal y horizontal. Decidieron que todos los medios tengan la misma importancia, aunque sus clubes estén en la B Nacional o en el Federal B; así sean de Córdoba o de la Ciudad de Buenos Aires. Hoy en día son más de 30 medios los que participan de la agrupación.

“Antes quizás conocíamos a los colegas de otros medios, pero los veías una o dos veces al año. Ahora estamos en permanente contacto, compartimos un montón de cosas a pesar de la distancia y siempre estamos a disposición para darnos una mano entre nosotros, ya sea en lo técnico, en lo periodístico o en lo humano” cuenta Juan.

Uno de los pilares fundamentales de MPU es la solidaridad. La ejercen hacia afuera para dar la lucha contra el avance monopólico y las trabas dirigenciales. Pero también hacia adentro para elevar el standard de calidad técnica y periodística de cada medio.

Cuando los medios más jóvenes empiezan a realizar transmisiones audiovisuales se encuentran con problemas técnicos, lxs trabajadorxs de los que ya llevan más tiempo en el oficio dan asesoramiento y apoyo logístico. Un hincha de Platense le explica, con lujo de detalle, cómo se planifica un *streaming* a uno de Chacarita. Un hincha de Temperley asesora en el uso del 4G a un hincha de Flandria. Esto ayuda a que MPU pueda lograr una calidad homogénea en cada uno de los diferentes streamings.

Lxs integrantes de los medios señalan que las transmisiones en conjunto son un logro inédito surgido de este ejemplo de construcción colectiva que se gestó a partir del nacimiento de la agrupación en el año 2017.

“Con el slogan <<Somos rivales, no enemigos>> consideramos que hacemos un pequeño aporte para que vuelvan los visitantes. Empezamos a realizar transmisiones en conjunto donde dos medios partidarios de diferentes clubes trabajamos a la par y generamos una única transmisión compartida. Creemos que con esas acciones damos un mensaje y aportamos nuestro pequeño granito de arena para que los hinchas vean que en el fútbol pueden convivir ambas hinchadas, que es posible” dice Gabriel.

“Creo que una gran parte de la responsabilidad de la violencia en el fútbol argentino tiene que ver con lo que difunden y reproducen los medios de comunicación. Gracias a la unión en MPU, hay una pequeña luz de esperanza de que esta situación se pueda revertir. Un ejemplo: nosotros tenemos una excelente relación con los chicos de Villa Dálmine y cuando fuimos a su cancha nos recibieron de diez. Lo contamos al aire en nuestra transmisión. Entonces, cuando les tocó venir a ellos a nuestra cancha, la gente los recibió con muchísimo respeto y pudieron transmitir desde la platea local, ya que no teníamos lugar en la cabina de transmisión. Es increíble como el mensaje que dimos al aire llegó a la gente de Flandria que replicó el trato amable hacia el medio del club rival” recuerda Juan.

Desde MPU advierten un panorama que será cada vez más complicado. Saben que el Grupo TRISA persigue un negocio y cuando hay intereses económicos de por medio, las corporaciones van a fondo.

“Nuestro deseo es que todos los medios partidarios del ascenso que hacen muchísimo esfuerzo y recorren tantísimos kilómetros tengan el derecho a seguir transmitiendo. Los clubes siempre tienen que estar en manos de los socios, así que también se viene una lucha contra el avance de las sociedades anónimas en el fútbol donde vamos a estar presentes para dar información certera que quizás los medios hegemónicos no brinden” cierra Gabriel.