

# Postulación Premios EIKON 2020

Categoría Publicaciones  
institucionales/multimedia

**Publicaciones Brand Film**

## **DOCUMENTAL: "KEMPES 40 AÑOS"**

Área de Prensa y Difusión Agencia Córdoba Deportes

Agencia  
**CÓRDOBA  
DEPORTES**



**CÓRDOBA**  
ENTRE TODOS

## Presentación Documental “Kempes 40 años”

<b>Categoría</b>	<b>18 Publicaciones institucionales / multimedia</b> <b>18.2 Publicaciones Brand Film</b>
<b>Título del programa</b>	<b>Documental “Kempes 40 años”</b>
<b>Nombre de la compañía</b>	<b>Agencia Córdoba Deportes</b>
<b>Área responsable del desarrollo del programa / plan</b>	<b>Prensa y Difusión</b>
<b>Responsables</b>	<b>Valeria Martínez Ghirardi; Adrián Ambasch; Vanesa Vera; Rodrigo Zalazar Cavalleris</b>

### Resumen 280 caracteres

Kempes, 40 años, es un trabajo audiovisual que rescata la historia del ex Estadio Polideportivo Córdoba, contada desde la mirada de sus propios protagonistas, con entrevistas y material de archivo inédito. Un hito que transformó el deporte y el paisaje de Córdoba.

### Resumen 500 caracteres

El documental “Kempes 40 años” es un trabajo audiovisual nacido en la Agencia Córdoba Deportes, con el objetivo de reconstruir la historia del estadio Kempes (ex Chateau Carreras) desde la mirada de sus propios protagonistas, y con material de archivo inédito. El proyecto además, contó con una amplia difusión gracias a la estrategia comunicacional realizada desde el área de Prensa y Difusión y fue emitido al aire por El Doce de Córdoba, el 9 de septiembre de 2018.

## 1) Introducción

Desde su creación como Sociedad de Economía Mixta, la Agencia Córdoba Deportes (ACD) funciona en las instalaciones del Polo Deportivo Kempes, un espacio de amplia infraestructura deportiva que fue edificándose alrededor del ex Estadio Polideportivo de Córdoba (actual Mario Alberto Kempes), construido para el Mundial Argentina 1978, y actual recinto de un Centro de Alto Rendimiento Deportivo.

Entre sus misiones y objetivos, la ACD tiene por metas promover el deporte como instrumento para la integración social, impulsar la incorporación de las prácticas deportivas en las distintas instituciones, fomentar el perfeccionamiento y contención de los agentes deportivos, contribuir al desarrollo de deportistas destacados, facilitar el acceso a la práctica del deporte de las personas con discapacidad, contribuir al fortalecimiento de los clubes de Córdoba en su rol de contención y formación social a partir de la familia y promover la participación de los estamentos y ámbitos de la Provincia de Córdoba en la actividad deportiva, entre muchas otras.

Desde hace algunos años el Estadio fue incorporando espacios para la práctica de deportes de alto rendimiento como natación, atletismo (con otra pista externa), tenis, hockey, deportes extremos, e incluso un nuevo parque de 80 hectáreas que lo rodea. La idea de la producción de un documental conmemorativo por el 40 aniversario comenzó a gestarse durante el principio de 2018, en el seno del Área de Prensa y Difusión de la Agencia, ya que desde la institución nunca se había compartido con la comunidad una historia detallada y con respaldo documental sobre los orígenes del mismo y de las personas que hicieron posible su construcción.

Se diagnosticaron dos falencias que derivaron en la creación del documental y un evento próximo que precipitó finalmente su producción: por el lado de las falencias, no existía un registro audiovisual completo y bien documentado con los orígenes y el crecimiento del Estadio, ya que nunca se hizo de manera oficial y en profundidad; por otro, y como consecuencia, mucha de la información disponible a lo largo de los años era errónea, y para eso, se creyó conveniente concretar entrevistas con aquellos que estuvieron involucrados en su construcción y uso.

En tercer lugar, en el año del aniversario número 40 del Estadio, la institución cumpliría el sueño de construir e inaugurar el Primer Museo Provincial del Deporte, rescatando la historia de la “Córdoba Cuna de Campeones”. Dentro de ese marco es donde finalmente tomó impulso el proyecto.

## 2) Plan estratégico Documental “Kempes: 40 años”

Los objetivos planteados fueron generar un material audiovisual con fuentes de información confiables y diversas que relataran la historia del estadio tanto desde su concepción arquitectónica, pasando por el Mundial 78, hasta llegar al impacto cultural, deportivo y urbanístico que tiene hasta nuestros días este predio deportivo.

A tales efectos, el proyecto se dividió en tres etapas:

- **Preproducción (planificación):** (duración de 3 meses) incluyó el guionado del documental, la preproducción de las entrevistas (contacto con las personas a entrevistar, disponibilidad) y la recolección de diversas fuentes documentales, tanto periodísticas, fotográficas, documentos escritos y audiovisuales. También se conformaron los grupos de trabajo.

- **Producción:** (duración de 2 meses) se realizó la ejecución de todo lo planificado anteriormente, acorde a un plan de trabajo cronológico. Simultáneamente, distintos equipos de personas se enfocaron en tareas puntuales: un equipo se encargó del trabajo de producción audiovisual (grabación de entrevistas, elaboración de cuestionarios, producción ejecutiva de las entrevistas); el segundo, se enfocó en la recopilación del material de archivo histórico, digitalización e investigación periodística; y el tercero, elaboró la planificación comunicacional para la difusión del trabajo, delineando posibles estrategias y coordinando con el directorio de la ACD las posibilidades para lograr su efectiva difusión.
- **Posproducción:** (duración de 1 mes) consistió en la compaginación y edición del material, la elección de una estética para las piezas gráficas (también de producción propia) correcciones en colorimetría, sonido, elección de banda sonora y la ejecución de la estrategia de difusión del producto terminado, delineada en la etapa anterior.

La totalidad del proyecto fue realizado por agentes del área de Prensa y Difusión con recursos propios. El tiempo total del que se dispuso para las 3 etapas fue de 6 meses, desde la presentación de la idea al directorio de la ACD. Una de las prerrogativas fue que el trabajo sea lo más integral posible en términos de documentación histórica de todas las etapas del estadio en sus 40 años de vida, respetando una duración prevista de no más de 27 minutos.

El público meta hacia el cual se orientó el documental, tiene que ver con los lazos de identidad que genera no solo el deporte, sino el Estadio como símbolo cultural y deportivo de una época y su constante transformación hasta nuestros días. Es por ello que se hizo hincapié en todos los habitantes de la Provincia de Córdoba, ligados o no al deporte.

Para la difusión del proyecto, los miembros del área de prensa de la ACD pusieron en marcha un plan de comunicación digital, a través de todas las redes sociales de la Agencia Córdoba Deportes (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, mailing y la página web oficial del organismo), medios de comunicación de Córdoba como diarios, sitios web o redes sociales, y canales específicos como es el caso de Canal 12 de Córdoba (El Doce), emisora desde donde se emitió el domingo 9 de septiembre de 2018.

### 3) Desarrollo y ejecución del plan

Además de todo el proceso anteriormente mencionado, se implementó una estrategia comunicacional, que se materializó en tres ejes:

#### A- Difusión por redes sociales de la Agencia Córdoba Deportes

Se elaboró una estrategia de difusión por redes sociales, que incluyó la elaboración de posteos y piezas gráficas para instalar la temática durante los meses previos al estreno del trabajo. Al mismo tiempo, se realizaron posteos relacionados con la futura inauguración del Museo Provincial del Deporte, también enmarcado dentro del 40 aniversario del Estadio Mario Alberto Kempes. En tal sentido, el denominador común entre ambas estrategias (separadas pero al mismo tiempo complementarias) fue la difusión de material histórico, efemérides, adelantos e imágenes históricas.

#### B- Difusión en redes de terceros y medios de comunicación específicos

Se realizó un plan de difusión con otros medios e instituciones, para reforzar la presencia institucional de la ACD mediante otros canales. En esta etapa, pudimos lograr la colaboración de organismos gubernamentales (a través del área de prensa del Gobierno de la Provincia de Córdoba) mediante la Secretaría de Comunicaciones y Conectividad, además de pautas de

difusión específicas con Canal 12 de Córdoba (canal líder en audiencia a nivel provincial) como así también el interés puesto en el trabajo por otros medios como diarios, revistas, sitios web, etc., quienes reflejaron con publicaciones el trabajo.

#### C- Presentación de una versión reducida durante un evento institucional

El 30 de agosto del 2018 se programó una presentación reducida del trabajo documental (un teaser o extracto de unos 10 minutos de duración) en la inauguración del Museo Provincial del Deporte, que contó con la presencia de históricas figuras del deporte de la Provincia de Córdoba, parte de la comunidad de personalidades relacionadas al estadio y la presencia de funcionarios y prensa especializada.

La proyección del trabajo se realizó durante los minutos previos al corte de cinta, con la invitación al público presente (integrado por formadores de opinión, prensa y deportistas influyentes) de poder ver el estreno del trabajo en internet y por Canal 12 de Córdoba el día domingo 9 de septiembre de 2018 a las 18.

El propósito principal de esta acción fue instalar en la audiencia del lugar una primera idea del contenido del trabajo, ya que la misma estaba formada por potenciales influencers en redes sociales (aunque apuntábamos principalmente al comentario de “boca en boca”), que entendimos, nos impulsarían a darle mayor difusión al mismo.

Transversalmente a todas estas acciones que se diagramaron para ser ejecutadas en diferentes etapas, tuvimos algunos contratiempos y problemas propios de la dinámica del trabajo dentro de la Institución. Se detallan los siguientes como los puntos más importantes:

- Mientras se desarrollaba la ejecución del proyecto del documental, el área seguía afectada a la cobertura y difusión de toda la actividad deportiva e institucional que se realizaba en la ACD (presentaciones de programas, coberturas deportivas, viajes, elaboración de otras estrategias de rutina, etc.)
- Paralelamente, el proyecto del Museo Provincial del Deporte, debía cumplir los plazos de ejecución dispuestos por el directorio, y en este aspecto operativo, dependía de la Dirección de Asuntos Institucionales (dentro de la cual se encuentra el área de prensa y difusión).
- Falta y rotura de elementos necesarios para algunos aspectos técnicos en la etapa de producción del documental, tuvieron que ser solucionadas sobre la marcha con otras alternativas para poder cumplir con los plazos previamente establecidos, ya que no contábamos con presupuesto alguno.
- En general, y debido a las características del proyecto que se ejecutaba mientras el área seguía en funcionamiento con sus trabajos de rutinas habituales, surgieron problemas de coordinación de tiempos y personal a la hora de las grabaciones, agenda de entrevistas, y otros aspectos concernientes a la etapa de producción.

#### 4) Resultados y evaluación

El beneficio más importante conseguido fue la realización de una detallada y documentada historia del Estadio Mario Alberto Kempes vinculada al deporte de Córdoba, contada enteramente por algunos de sus protagonistas. Gracias a eso, y de manera simultánea, logramos que mucha gente conozca aspectos totalmente desconocidos del recinto, la historia y las causas o justificaciones de sus remodelaciones y mejoras, como así también todas las actividades que hoy se realizan en el Polo Deportivo Kempes, ya que el común de la gente solo ve el espacio como un lugar donde se practica fútbol.

A la vez, se conformó un registro de valor histórico para la comunidad, con importantes testimonios de representantes deportivos, políticos, periodísticos y culturales, no sólo de Córdoba sino del país.

Por otro lado, buscamos que el público se identifique con el espacio, ya que el mismo es parte de la historia deportiva y cultural de la provincia, y en particular de la ciudad de Córdoba. En términos urbanísticos, el Polo Deportivo Kempes es un ícono de la capital cordobesa, con obras que se han realizado alrededor del mismo, diagramando su crecimiento y extensión hacia el oeste.

Beneficios y objetivos logrados:

- Se elevó la imagen que tiene la opinión pública sobre la actividad que lleva adelante la ACD, no solo en materia deportiva, sino en la preservación del patrimonio histórico deportivo.
- El área consiguió el respaldo necesario del directorio de la ACD y de otras instituciones para la difusión del trabajo.
- En términos de costo / beneficio, el proyecto tuvo un costo "0", ya que el proyecto se realizó con personal propio y con los equipos que estaban disponibles en el área, sin ningún tipo de presupuesto afectado a ello, ni para producción ni para difusión.
- Con un costo 0, logramos que el canal de aire más importante a nivel provincial y de mayor audiencia, brinde un espacio en su programación para su difusión, por las características de calidad del producto terminado.
- Creación de un registro histórico con material de archivo y documental (la mayoría inédito), narrado por los propios protagonistas de los hechos.
- Logramos instalar en los medios el tema del cumpleaños del estadio y el documental, lo que se retroalimentó también con la difusión del nuevo Museo Provincial del Deporte.
- Conseguimos pautar salidas en vivo desde el Museo antes y post inauguración, lo que nos permitió además instalar en la audiencia la nueva propuesta cultural y deportiva que funciona en el estadio.