

# La rueda mágica del entretenimiento

Continuación de la Pág. 1, Col. 5

a pisar el suelo argentino. Ya no alcanza con un blues de los *plomos* para armar una banda de rock ni se ven los viejos carromatos de circos circulando por las rutas, pero con menos romanticismo y más profesionalismo, la industria del entretenimiento en la Argentina ha experimentado un desarrollo que exige tanto de planificación como de logística. Lo que millones de personas sobre el escenario es cuidado al mínimo detalle escaleras abajo.

"Antes la organización de una gira consistía en conseguir un micro, arreglar el precio y lanzarse a la aventura —señaló Berge, que se inició como *manager* de Juan Carlos Baglietto—. Pero a partir de la llegada de las bandas internacionales —la gran apuesta de Daniel Grinbank— la situación empezó a cambiar: Hasta entonces no teníamos nada, se traía todo de afuera —techos, luces, sonido—. Si necesitabas gente para la carga y descarga tenías que ir al puerto a buscar changarines. Ahora acaba de pasar por la Argentina una compañía como el Cirque du Soleil que te exige 85 camiones y tenés una empresa de logística local que se encarga de conseguirlos. Son 120 personas que quieren habitaciones individuales, algunas que se conecten entre sí y ya sabés a qué hotel contactar".

Paul Tozer pasó de *plomo* de la



Los Piojos presentaron su último disco en un camión adaptado

banda de Nito Mestre a *production manager* de Creamfields, Quilmes Rock, Pepsi Music, y de recitales de artistas como Shakira, Luis Miguel, Robbie Williams, Rod Stewart, Peter Gabriel y Madonna, entre otros. Tozer es el responsable de la tarea logística de los recitales de Madonna en la Argentina y por estos días es normal ubicarlo con algún grupo de avanzada cerrando la puesta del show o en las escaleras de un avión planificando lo que vendrá. "Aunque veníamos de distinto palo musical y hasta laboral, lo bueno es que todos los que hoy estamos en esto

fuimos aprendiendo de los mismos *managers* norteamericanos e ingleses que vinieron hace 20 o 30 años. Hoy es un orgullo saber que para un mega concierto como el de la Fundación Alas en la Costanera Sur contás con gente de sonido, iluminación y escenografía tremendamente capacitada".

En igual sentido opinó Gustavo Santos, de la firma Andemet encargada del proyecto, cálculo y realización de más de 200 escenarios dentro y fuera del país. "Es importante trabajar con anticipación. Lo de Queen en Vélez está definido, pero ya me llegó el primer

reder para el recital de Elton John en enero, que nos llevará un mes más hasta dibujar el escenario final, computarizarlo, saber la gente y los camiones que vamos a necesitar. Si bien en la Argentina no hay un estadio ideal para los recitales, se mejoró mucho. En River se hicieron los arcos desmontables, igual que las ventanas, y a la hora de armar y desarmar un escenario utilizamos un sistema de montaje moderno que nos permite ahorrar tiempo. Para que te des una idea en el de Amnesty Internacional en el 88, en Mendoza, estuvimos 20 días trabajando. Hoy, ese escenario se arma en tres días".

## Logística en movimiento

Hugo Mossi, responsable de la producción, dirección técnica y logística de Buenos Aires Live Show, resalta que todo lo que pasa debajo de un escenario es 100% logística: "En un Pepsi Music, por ejemplo, tenés que armar cuatro escenarios; para nosotros es como montar trabajos distintos y a eso agregarle la carga y descarga de equipos por las calles internas que no son aptas para camiones de gran porte. Para ese festival tuvimos que mover 8 camiones de 15,50 metros de largo, y unas 80 personas de carga, aparte de los 35 técnicos. Y cuando se termina el show todo tiene que estar sincronizado porque si algo falla es como ver la figura de un elefante saliendo de un bazar.

¿Qué limitaciones podemos tener? La capacidad, porque si viene Madonna y te pide 400 luces robotizadas aquí juntando las 2 o 3 empresas que hay conseguimos la mitad, aún cuando tenemos las Mac 2000 que son las top del mercado. Entonces hay que salir a buscarlas afuera".

El crecimiento del sector lo demuestra la presencia de operadores logísticos y empresas de transporte especializados en entretenimientos. Waiver Logistics es agente oficial del Rally Mundial en la Argentina y ha prestado múltiples servicios: "Hacemos un



El estadio de River Plate, donde

# 100% Logística.

## Compruébelo.

FELICITAMOS A CEDOL  
POR SUS PRIMEROS 10 AÑOS!!!

Unidad de Servicios Logísticos

CONOCEMOS EL PAIS COMO NADIE  
Y SABEMOS COMO ADMINISTRAR  
SU STOCK, PREPARAR SUS PEDIDOS  
Y HACER QUE SU MERCADERIA LLEGUE  
ADONDE TENGA QUE LLEGAR  
Y DE LA MEJOR MANERA.

- ADMINISTRACION DE STOCK
- TECNOLOGIA DE WAREHOUSING
- DESCONSOLIDACION DE CARGA Y DESPACHO A TODO EL PAIS
- PICKING & PACKING ESPECIALIZADO
- SISTEMA TRACK & TRACE para el control y seguimiento de la distribución
- OPERADOR LOGISTICO DE MEDICAMENTOS (Disposición ANMAT N° 4074/06)

¡Hámenos al 011 5550 5051 o contáctenos: infologistica@correopargentina.com.ar



ARCHIVO

es un factor determinante y nuestros choferes reciben toda la información que sea necesaria para disminuir los márgenes de riesgos que se le pueden presentar en la ruta", destacó Liliana De Maio, gerenta de la empresa.

**El show debe continuar**

Son algo así como las pequeñas delicias de la vida conyugal. Y eso también implica un tiempo logístico que se gana o se pierde, según sea el resultado. Mónica Bergé, de T4F, recuerda el caso de Prince: "Primeró vino el grupo de avanzada y acordamos dónde iban a estar los camarines -a un costado del escenario-. El día anterior al recital se acercó el manager y dijo 'los camarines, así no'. Y se despachó además con un montón de pedidos que no estaban pactados. Llegó el día del recital y Prince se fue derecho al escenario, tocó 75 minutos y se bajó. No pisó nunca el camarín".

En gira por México a Marinelli y Albornoz, de Wajyer Logistics, los salvó una canción del subcomandante Marcos de un contratiempo mayor cuando los detuvieron miembros del Ejército Zapatista de Liberación, en plena selva: "Nos paró la guerrilla. Les dijimos que Joaquín Sabina iba a tocar una canción escrita por el subcomandante y después de chequearlo, nos dejaron pasar. Pero así, en nuestra función que es la logística, tenés que prever un montón de situaciones como los cortes en las rutas, calcular recorridos para no caer en cualquier estación que tenga combustible adulterado, evitar cruces de puentes que no den la medida de los camiones".

El tiempo es oro, también, cuando se

termina el show. Y en el caso de los estadios de fútbol los márgenes se achican cuando al día siguiente está previsto algún partido. Eso le ocurrió a Gustavo Santos en un recital de Charly García, en Ferro: "Fue infernal el escenario que nos pidió Charly, quería una configuración de cuatro lados donde se pudiera desplazar y seguir tocando. Y el acceso desde el camarín lo tuvimos que hacer con un túnel por debajo del escenario. Imaginate el tiempo que nos iba a llevar desmontar todo eso, así que terminado el show decidimos empezar a bajar el techo sobre el escenario. Pero con tanta adrenalina encima que nos habíamos olvidado de Charly. Eran las 6 de la mañana cuando empezamos a escuchar sus gritos saliendo desde abajo: '¡Sáquenme de aquí, sáquenme de aquí!'".

La organización de ExpoShow, Conferencia Latinoamericana de Producción y Tecnología Aplicadas al Show en Vivo en Buenos Aires, mostró la evolución del sector al reunir por primera vez a los que hacen posible que el espectáculo suceda. Paul Tozer asegura que no sólo el haber vivido muchas situaciones sino también la de contar con un equipo de mucha confianza son clave para que las decisiones que se tomen en un show sean las acertadas. Paciencia oriental y minimizar los riesgos pensando siempre las cosas con anticipación es lo que aconseja Mónica Berge. Y saber que se puede inundar Buenos Aires o caerse las bolsas que un show pactado se debe cumplir; sostiene Hugo Santos. Como dice una canción de Sabina, hay que ponerle al sordo voz y alas al cojo, que de eso se trata en buena medida la rueda mágica del entretenimiento.

**Una industria fascinante que no para de crecer**

Commodities, no. Manufacturas, tampoco. Servicios, tal vez. Este sector pujante de la economía, el del entretenimiento, no ofrece nada de eso: su producto es la "experiencia". La emoción, sentimiento o disfrute que produce y que es estrictamente una vivencia personal. De hecho, ya se conoce como *economía de la experiencia*.

Los espectáculos en vivo, forman parte de este sector. Ubicados por algunos entre las industrias culturales, junto al cine y los libros; otros extienden su campo hasta los medios, los deportes y juegos, a priori más frívolos, bajo el título de industria de entretenimiento y medios. Todos estos negocios, vinculados tanto a la identidad cultural como la mayor disponibilidad de tiempo para el ocio, ya representan el 16% del producto bruto de la ciudad de Buenos Aires y el 5% del PBI nacional. La tasa de crecimiento anual alcanza el 9%. Y el ámbito logístico ha desarrollado proveedores especializados capaces de mover ingentes toneladas de equipos en tiempos cortos y con estándares del primer mundo. Si es para el recital de Madonna, el rally París-Dakar o los cientos de cintas que se filman en las calles porteñas, da lo mismo.

José Crettaz

servicio puerta a puerta, con un monitoreo constante de la carga y un detalle importante de nuestro trabajo son los tiempos sensitivos. ¿Qué es esto? Por ejemplo, si un coche se queda sin astillas de freno y hay que traerlas de fuera, nosotros tenemos que lograr que estén aquí dentro del tiempo reglamentario permitido para hacer el cambio. Por un momento sentimos que el show está en nuestras manos", coincidieron Diego Marinelli y Matías Albornoz, directores de la empresa.

También en materia de transporte hay empresas como TM Cargo

que en la década del 80 comenzó a adaptar muchas de sus unidades para el traslado de los equipos de las compañías y bandas que vienen a actuar en el país. "Para el recital de los Rolling Stone, tuvimos una demanda de más de 30 camiones; equipos que luego hubo que trasladar a Río de Janeiro con 35 semirremolques de una capacidad promedio de 20 t cada uno. El año pasado realizamos a pedido de Los Piojos un escenario móvil adaptado a una de nuestras unidades para que la banda presentara su disco Civilización, tocando en vivo. En las giras el tiempo

**IVECO DAILY.**  
**LA MAYOR CAPACIDAD DE CARGA DEL MERCADO.**



LA VERSATILIDAD QUE NECESITAS PARA HACER TODO LO QUE QUERES.



**NUEVO MOTOR IVECO F1C**  
Mayor potencia (136 cv y 155 cv)  
Durabilidad y agilidad.



**RODADO TRASERO DUAL**  
Hasta 4270 kg de carga en chasis y 2770 kg en furgones.



**CHASIS INDEPENDIENTE**  
Robustez de camión.  
Mayor resistencia.



**NUEVO DISEÑO**  
Mayor confort.  
Mayor ergonomía.

**DAILY**  
EL LÍMITE LO PONÉS VOS.

www.iveco.com.ar

**IVECO**  
LLEGA MÁS LEJOS

Fotos no contractuales. Simulación en función de estudios comparativos de capacidad de carga realizados por IVECO Argentina. Mayor capacidad de carga corresponde al modelo Daily Furgón 55016 peso 3950 kg, volumen de carga 17m<sup>3</sup> respecto del segmento de furgones originales de fábrica de 3,5 a 6 toneladas de PBT, patentados durante 2006.