

UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE FILOSOFIA Y EDUCACION

ESCUELA DE PERIODISMO

**ASPECTOS TECNICOS Y PRACTICOS
DE LA TELEVISION**

SEMINARIO DE TITULO

PROFESOR GUIA:

FERNANDO VARGAS

SANTIAGO DE CHILE

1970

SEMINARIO DE TITULO

Alumnos Participantes

Gabriela Calderón O.

Maité Canziani C.

Ignacio Coladón G.

Carmen Flores T.

Viолeta González P.

Cristina Oliveros D.

Alicia Oliva C.

Lily Peralta B.

M. Eugenia Rodríguez.

Marcela Rodríguez U.

Tatiana Velez B.

Mayo 1971

I N D I C E .

- 1º. Elementos de la TV que la distinguen de otros medios de comunicación .
 - 2º. Aspectos técnicos de la TV .
 - 3º. Efectos de la TV , como medio de comunicación .
 - 4º. Aspectos Económicos de la TV .
 - 5º. El Periodista en la TV .
 - 6º. El Comentarista en la Televisión .
 - 7º. El Político en TV .
 - 8º. El Artista en la Televisión .
 - 9º. Algunos aspectos de la Ley de TV .
 - 10º. El niño - la TV - El conocimiento .
- Conclusiones .

I N T R O D U C C I O N

Con la T.V. la humanidad ha sido dotada de un nuevo sistema perceptivo más fino, más sensible, más poderoso, tal vez hasta menos olvidadizo del que poseía hasta ahora. Sintetizando, gracias a la televisión más gente, vé más rápido, más cosas, desde muy lejos.

Nuestro país en América fué uno de los últimos en introducir este moderno medio de la comunicación. Entre nosotros la televisión no está completamente desarrollada, tiene muchos defectos; indudablemente que muchos deriban de carácter económico, y otros de la angustiosa falta de crecimiento que aleja mejores inspiraciones, pero hay que reconocer también que, desde el punto de vista artístico, estamos bien lejos de haber encontrado la expresión televisiva. Hasta este momento hemos estado haciendo un poco de radio, un poco de teatro, un poco de cine. Pero no T.V. Y esto se debe en gran parte a que el escritor de televisión no conoce las posibilidades de este nuevo medio. No sabe usar debidamente ni la puntuación, ni el lenguaje escrito junto a la imagen.

En el presente trabajo trataremos de mostrar lo que es la imagen, el sonido; componentes ambos del lenguaje televisivo.

Como las fuentes de información eran libros extranjeros (principalmente norteamericanos), en los que la televisión está altamente desarrollada y perfeccionada, el presente trabajo no podrá ser aplicado en la práctica por el momento, debido a la escasez de medios con que cuenta la Televisión Chilena.

CAPITULO I

ELEMENTOS DE LA T.V. QUE LA DISTINGUEN
DE OTROS MEDIOS DE COMUNICACION.

ELEMENTOS DE LA TELEVISION QUE LA DISTINGUEN DE
OTROS MEDIOS DE COMUNICACION

Definición: Televisión es la transmisión radial o eléctrica de una serie sucesiva de imágenes y su percepción en forma tal que brinde una reproducción substancialmente continua y simultánea de un objeto o escena colocados a distancia del espectador (Fernando Alvarez)

La televisión reúne así los dos aspectos que hacen que la comunicación sea de persona a persona: vista y oído. Se dice que el ojo humano es un lente gran angular; la cámara con su lente tubular toma solo parte de la escena que normalmente percibiría el ser humano. En cambio, el micrófono es más parecido al oído siendo capaz de captar sonidos de cualquier procedencia. En la persona, la combinación de vista y oído permite el trabajo sincronizado obteniéndose profundidad de campo visual y oído estereofónico o tridimensional. La TV difiere en este equipo pues poseen solo órgano para ver y oír careciendo de percepción tridimensional. La deficiencia se ha logrado corregir con el manejo cuidadoso de la cámara.

Con el advenimiento de la radio, el público se acostumbró a exigir la mayor prontitud en la entrega de la información, con la llegada de la televisión no sólo la escucha sino también ve el acontecimiento. Es la inmediatez que permite al sujeto que observa sentirse participante, es decir, gozar de la sensación de estar en dos partes al mismo tiempo. La inmediatez se consigue no sólo en caso noticioso sino en toda clase de programas.

La hipnosis que anteriormente producía el cine en los espectadores es ahora común entre los televidentes; es natural que esto se produzca ante la relación medio-espectador que se entabla con este medio de comunicación. En el cine, el público acude acompañado y siempre hay experiencia social por lo que en la televisión la relación es personal y lo natural sería que hubiera una entrega de información y una respuesta de parte del espectador. Respuesta que debería ser en llegar ya que el público chileno sólo responde en caso de solicitud directa.

TEATRO Y TELEVISION

Teatro: Lugar en que ocurren acontecimientos notables y dignos de atención .

"Conjunto de todas las producciones dramáticas de un pueblo, de una época o de un autor".

Estas dos definiciones han sido publicadas en el diccionario Enciclopédico Hispanoamericano .

Por su parte , el crítico español, Nicolás González Ruiz dice : "El teatro es un género literario, impuro en su base, porque es el único que afronta de inmediato la reacción de aplauso o rechazo del público.

En estas acepciones de teatro , criticables en sus limitaciones se pueden encontrar algunas características esenciales de este arte dramático .

Un lugar: La dramaturgia fue realizada desde sus comienzos (2mil años antes de Cristo) en medio o frente al público , pero siempre separado de éste , en lugares pre-establecidos.

Género Literario: Desde el momento en que se le consideró algo más que un simple canto con música, el teatro debió contar con un texto o poema dramático (lo que actualmente sería el guión) como parte primordial de la misma. La tradición atribuye a Téspis (580 A de C) las primeras representaciones dramáticas del teatro griego , realizadas con ocasión de las grandes fiestas dionisiacas organizadas en Atenas. Sin duda con anterioridad habían existido presentaciones de comedias y tragedias en las fiestas del pueblo heleno, pero es Téspis quien incluye al primer actor en la escena para que inicie el diálogo con el coro . Como consecuencia de la creación de este personaje, el público empieza a situarse en semicírculo y no en círculo completo como lo hiciera al principio , insinuándose la forma y distribución de la futura sala y escenario. No está demás agregar

que es Tespis, expulsado de Grecia por Solón, quien crea el teatro ambulante de Europa.

En el teatro, al igual que en la televisión, se reúnen las más diversas artes: pintura, escultura, música, bailes, declaración, etc. Pero mientras en la televisión estas manifestaciones son parte de determinados programas que componen su emisión, en el teatro forman realmente el medio de manifestación de la poesía dramática, la cual, según este, a la forma conceptiva (acción), a la expresiva (lenguaje) y a la expositiva (diálogo) une otra forma especialmente manifestativa, que es el complemento de todas ellas: la representación escénica. En tal sentido y citando al crítico italiano Fernando Di Ciomatteo puede decirse que la poesía dramática constituye un arte especial, sintético, producto de la unión de un genio poético con varias artes acústicas, plásticas e industriales.

La complejidad de la emoción despertada por la combinación de todas estas artes obliga al creador de una obra dramática a poner atención en un elemento fundamental: el efecto escénico; esto es, la impresión espiritual y sensible a la voz producida por el poema y por su representación. Impresión que debe establecer de manera imprescindible una corriente de intercomunicación entre el escenario y la sala.

¿Cómo establecer esa comunicación? Naturalmente que lo ideal es que la obra con todos los elementos que la componen, cree en forma natural esa relación actor-espectador, sin embargo esto no siempre es posible, y debe recurrirse al truco. El teatro ha introducido en su quehacer diario una serie de convencionalismos que han sido aceptados por el público (si llamamos convencionalismos a un conjunto de opiniones o actitudes posiblemente falsas, que por comodidad o por conveniencias sociales tenemos por verdaderas. Diccionario De Codex)

La televisión en cambio, de mucho más reciente aparición, no ha creado sus propios convencionalismos sino que los ha sustituido por técnicas a las que se acogen la mayoría de los estudios en fun-

cionamiento y ha adoptado otros del mismo teatro. Para explicar mejor estos conceptos valga un ejemplo: Las obras teatrales utilizan escenarios limitados por tres paredes visibles mas una invisible representada por la boca del escenario. Frente a este cuadro, el público debe sentir que está contemplando una habitación con rayos X o bien por el ojo de la cerradura. Para dar la misma sensación, la televisión se vale de diferentes planos o tomas (shots) que dan profundidad e insinúan situaciones.

La circunstancia de que la poesía dramática se representa ante un grupo numeroso y heterogéneo de público lo hace coincidir con la televisión que debe programar su espectáculo para un auditorio igualmente diverso; pero, mientras en la televisión se puede acudir a la grabación de sus presentaciones durante o después de realizadas éstas, el teatro depende de la impresión del momento producida en el auditorio que acude a las representaciones impulsado por los móviles mas diversos y dominados por los mas distintos criterios, que exigen al autor todo género de emociones y goces y que decide de inmediato el éxito o fracaso de la obra. El hecho de que la crítica de las producciones dramáticas no sea formulada por individuos aislados sino por la colectividad durante o inmediatamente después de la exhibición es causa de la rapidez con que desaparecen de escenas muchas obras. Es talvez por esta razón que, desde largo tiempo los dramaturgos efectúan un ensayo con público: el pre-estreno, al que invitan a críticos especializados.

Por lo tanto, el problema sigue siendo cómo llegar a este público heterogéneo y, desde el punto de vista de la técnica, la televisión ostenta la natural ventaja del medio moderno; mientras el teatro presenta su espectáculo desde un solo ángulo (de frente) y debe recurrir al truco anteriormente descrito para que el público se sienta participante, la televisión por medio de cámaras móviles, tomas de diferentes ángulos, tipos de ventajas (en caso de filmación) logra no solo que el observador se interese sino que lo coloca en medio de la acción.

Permítaseme aquí hacer una aclaración: La actual actividad teatral ha adoptado las formas más impredecibles por lo que se hace necesario indicar que al hacer las comparaciones anteriores se hace referencia al teatro que ha continuado una línea que puede calificarse de clásica por sus formas.

Influencia del teatro en el público: en la sociedad:

El público sometido a una representación viva y gráfica siente profundamente la influencia de las ideas del autor, pero, desde su butaca puede razonar con tranquilidad considerando en todo momento a la obra dramática como la representación que es en la realidad.

La televisión suele influir más rápida y ciertamente, ya que este medio de comunicación posee dos virtudes capitales para asegurarse la atención de las masas: La comodidad que significa el permanecer en el hogar al mismo tiempo que se asiste a un espectáculo y la fuerza hipnotizadora del cine. Agréguese a estos dos factores, la enorme variedad de programas que un buen canal puede ofrecer, y se comprenderá que el individuo medio utilice todos los momentos de ocio en convertirse en simple receptor de ideas.

Se ha dicho que el teatro es reflejo del estado social, al mismo tiempo que influye en él. Su historia a través de los siglos así lo prueba, sobre todo desde el punto de vista moral: En los estados griegos son las comedias (Aristófanes: el parlamento de las mujeres) y tragedias (Eurípides: Ión) las que relatan las virtudes y lacras de este pueblo. El fervor por la cultura de los helenos hace del teatro un rito y de sus hombres, personas de alta valía.

El teatro es espejo y guía en casos de decadencia: En Roma, mientras emperadores enloquecidos llevaban al imperio a la ruina, el teatro ofrecía representaciones de antiguos mitos en que se despedazaba a los enemigos del régimen. Ernesto Renán en su obra "Anticristo" dice: Los romanos habían terminado por transformar el suplicio en una fiesta y a la masacre en una diversión teatral.

Saltando del siglo I de nuestra era al XVI, de Roma a España el teatro es nuevamente retrato y participante en los cambios del momento. Lope de Vega encarna todas las contradicciones de la época. Rebelde temperamental, vividor y penitente, recorre con su pluma toda clase de temas. Basta el estudio de sus obras costumbristas (Peribañez etc) para tener un cuadro palpitante de la sociedad en que le tocó vivir.

Conviene declarar entonces que la influencia del teatro en la sociedad es eficaz y profunda, pero no tan inmediata como la televisión que llega a imponer modas pasajeras. El teatro, por sí solo, no consigue resultados seguros; nunca ha moralizado ni desmoralizado a un pueblo, nunca ha cambiado su mentalidad en forma definitiva; lo que ha hecho ha sido contribuir a estos resultados en colaboración con otras fuerzas sociales.

El Siglo XX y su teatro :

Este siglo, que tantas modificaciones ha motivado en las más diversas actividades humanas, ha originado también un nuevo teatro. El contemporáneo arrancó de las últimas derivaciones realistas del siglo XIX orientándose enseguida hacia nuevos horizontes.

Hasta el siglo pasado era costumbre entre los historiadores y expertos clasificar la actividad teatral en movimientos o países según tuvieran mayor significación mundial.

Se investigó el teatro clásico, el medieval con sus misterios; el renacentista; el romanticismo, que afectó por igual a franceses, ingleses y rusos; la corriente realista de fines de siglo etc/.

Poro, en este siglo, es imposible agrupar la actividad teatral según la antigua modalidad; su característica esencial es su universalidad, su inquietud constante en la búsqueda de metas cada vez más inaccesibles, su expresión cada vez más subjetiva y sincera. La carencia de modelos concretos en el campo artístico ha dado lugar a una infinidad de movimientos de vanguardia (naturalismo, simbolismo, existencialismo) hace difícil una visión de conjunto del teatro de hoy.

Como ejemplo sustraído de la actividad teatral consideremos al antiteatro: Aparece por primera vez en 1950 y es también denominado teatro del absurdo.

Suele definirse como una reacción contra el drama que se dice realista y que, a decir verdad, sólo toca la superficie de las cosas. "Empieza con la evasión, con todo lo tradicional (decorado, tiempo lineal etc). Lo único importante es reflejar al hombre actual en la profundidad de su espíritu colocándolo en situaciones absurdas, denunciando al lenguaje como un conjunto de sonidos vacíos. El absurdo nació de la pluma de tres autores de renombre universal: Eugène Ionesco (La cantante calva), Arthur Adamov (la invasión) y Beckett (Esperando a Godot). El arte escénico en manos de estos autores se convierte en burla hacia el individuo, su técnica y su progreso presentándolos sólo como autómatas que actúan según las reglas dictadas por una sociedad que no comprenden; sometidos a tan fuertes estímulos los espectadores empiezan a participar en la contienda, única manera de no convertirse en víctima. Se ha roto la separación estricta que existió entre la sala y el escenario.

En Nueva York se presentó hace algún tiempo la obra de Richard Schoenherr "Las bacantes" combinación de desnudos, bailes y conversación con el público. Poco a poco los asistentes (sentados en el suelo) se dejan seducir por la locura de la representación: "Un señor de unos 30 años sale a la palestra, tres actores lo desnudan mientras repiten: "Buenas noches señor, ¿puede llevarlo a su muerte?" (reportaje de Arcilla 1991)

Como conclusión puede afirmarse que el teatro mantiene ese sentido de imitación de las cosas que lo rodean que es su esencia misma; sólo que ahora es el producto de una sociedad cansada de sufrir calamidades y transformaciones bruscas. El teatro se ha convertido en un híbrido en cuya formación, por ejemplo, entran muchos factores. Parecería que las obras se conciben en el escenario. El polaco Jerzy Grotowski, a quien se indica como padre de cuanto movimiento nuevo hay en el mundo, señala: "Es el actor el verdadero creador del teatro y el texto debe servirle tan sólo de pretexto para revelar su verdad íntima ante el espectador."

La principal ventaja de la televisión frente al teatro, según se vio en páginas anteriores, se encontraría con la técnica que permitiría un mayor acercamiento del asistente a la obra que se representa, pero

con las nuevas modalidades de el teatro surge la interrogante: ¿se mantiene aún esta ventaja? La respuesta debe darla el público según se sienta interpretado por el nuevo teatro del siglo XX.

NUESTRA REALIDAD :

El teatro chileno se encuentra en crisis. La crisis de la actividad artística se remonta ya a sus comienzos y parece presidir toda su accidentada trayectoria. Francisco Encina en su "Historia de Chile, señala que a mediados del siglo 19, el público prefería visitar las chinganas que asistir a una representación teatral: "El gusto por los antiguos bailes nacionales ejecutados por parejas de danzantes estaba aún demasiado vivo en el pueblo chileno para que fuera posible sus sustitución por entretenimientos que no coincidían con el grado de desarrollo cultural,"

La fama de Victor Hugo y la aparición de una compañía argentina dirigida por Hilarie Moreno impuso al teatro romantico iniciándose un resurgimiento de esta actividad, gracias al cual se pudo inaugurar en 1857, e el gran teatro Municipal. El edificio costó 600 mil pesos pero como rara vez la concurrencia subía de 700 personas, los dos primeros empresarios se arruinaron (el desastro final tuvo lugar en 1870 al incendiarse el teatro mas grande de toda América Española)

La verdad es que en toda Sudamérica se vivía un período de violencia y definición muy poco propicio para el desarrollo cultural; sólo durante el último tercio del siglo pasado se advierte la formación de un teatro de caracter nacional en Argentina (Florencio Sanchez), Uruguay (Ernesto Herrera) y otros países. Chile sólo logró resonancia continental bien adentro del siglo XX (1941) al crearse el teatro experimental que, cobijado en la Universidad de Chile logra ostrear 40 obras en los 10 primeros años de actuación.

En la pasada centuria, la decadencia teatral pareció tener sus causas en la inestabilidad política y en la frágil educación reservada para una muy limitada élite; ¿Cuáles son las razones que impiden su progreso en nuestros días?.

Estas son algunas respuestas: Las estadísticas de algunos años atrás indicaban que la concurrencia del teatro alcanzaba al 1% de la población santiaguina. Los elencos de provincia capitalizaban otra pequeña cantidad de público. De todas formas, sobre una población de unos 8 millones de habitantes, sólo un 0,6 % del total participaba en este fenómeno social.

Estos porcentajes pertenecían a sectores medios y altos. Los estudios indican que justamente estos sectores disminuyen su asistencia a las representaciones. Un 30% de la asistencia de 1968 ha desaparecido y se registra tendencia de regreso a temas anacrónicos. "En la temporada teatral de 1970 no llegaron a 10 los estrenos nacionales, en comparación (guardando la natural distancia) con 1918 en que, con una población de 100 mil habitantes en Santiago, se registraron 28 estrenos. (CEREN)

En la reseña hecha al teatro en general se indicaba que uno de los problemas intrínsecos de esta actividad es lograr el contacto actor-espectador. Aparecería entonces que las dificultades chilenas estuvieran contradas en esa relación. El público no asiste a las funciones porque hay otras funciones que acaparan su atención y de esta manera impide mayor progreso en el arte teatral.

El simple enunciamiento no basta, el rechazo popular puede deberse a innumerables factores...

La ausencia de expresiones nacionales: En los Cuadernos de la Realidad Nacional, editados por la Universidad Católica de Chile se afirma: "No se puede negar la influencia de corrientes o estilos provenientes de medios desarrollados, sino de su sana utilización colocándolas al servicio de contenidos correspondientes a la realidad chilena.

"Al puede un país adaptar estas influencias según su interés interno si ha estado sometido durante toda su vida a las presiones españolas, francesas, inglesas y norteamericanas, las que incitan por medio de todos los sistemas de difusión a la imitación de sus productos indicando que" de esta manera el país progresará".

Posible influencia de la TV: Los medios de difusión inmensamente más poderosos que los de hace 50 años, debieran haber influido en el conocimien-

to de todas las formas de cultura; sin embargo, el interés por una de ellas en vez de crecer ha disminuido: el teatro.

Anteriormente se afirmó que la televisión poseía un hipnotismo solo comparable por el ejercido por el cine; cualidad que atrae al espectador para mirar en forma indiscriminada toda clase de programas y que disminuye el tiempo libre para asistir a otra clase de recreaciones. El público tiene su teatro en su hogar y lo acepta cualquiera sea su calidad. Así es como se reduce en forma notable (Aunque hasta el momento no se conozca el porcentaje exacto en que sucede el fenómeno) la asistencia a ver una obra determinada. Este punto ha sido reforzado por la iniciativa, no siempre afortunada, de algunos personeros que transmiten aquella obra o espectáculo que haya incitado expectación en la población y restan asistencia a los lugares en que se gustan.

La televisión ha abierto nuevas posibilidades de trabajo a los artistas nacionales. Las duras condiciones generales obligan a éstos a multiplicarse en radio-teatro y cine y ahora en la TV, pero sucede que los canales ocasionalmente hacen firmar contratos de exclusividad permitiendo a los artistas un mejor desempeño de su labor en un medio nuevo, al mismo tiempo que retira de circulación a un grupo de elementos necesarios para la calidad y cantidad de los buenos estrenos nacionales.

La pobreza de la producción nacional responde a la limitación del mercado de consumo que oprime a los creadores teatrales; no existe mayor contacto internacional para la venta de las realizaciones nacionales.

En contradicción con la temática del teatro tomado en la televisión, las compañías nacionales de teatro se han dedicado últimamente a retratar el despertar de una nueva perspectiva en lo social. El compromiso del artista con el problema se descubre en los títulos de las obras estrenadas: Los que van quedando en el camino; Cuestionemos la cuestión y anteriormente, Vist Rock. quienes quieren hacer regresar al público a la butaca recurren a la farsa: El visón volador.

La televisión ha influido de gran manera en el debilitamiento del teatro y no es extraño que sea este factor el que sugiera a los directores teatrales la puesta en escena de obras sin mayor trascendencia que la de hacer reír (bastante necesarias en ocasiones) con el objeto bien explícito de atraer público. Pero hay aspectos que contradicen las perspectivas pesimistas que se han esbozado: La Escuela de artes de la Comunicación de la Universidad Católica se vio asediada por postulantes que deseaban expresamente aprender a dirigir y actuar en el teatro. El Teatro de Ensayo realiza una intensa labor tanto en Santiago como en provincias; 1970 vio realizarse cinco festivales teatrales para conjuntos de aficionados y sólo en Santiago, participaron 18 grupos: 9 obreros y empleados; 6 de estudiantes y 3 universitarios. Notable fue la atracción que ejerce sobre los conjuntos obreros las obras de contenido simbólico (La Mariposa Bajo El Zapato; El Cepillo de Dientes, etc)

¿Cuál es la conclusión? El desarrollo de la televisión y otros medios de comunicación han puesto en duros aprietos al teatro, pero de este problema parece surgir un público distinto, pequeño, perteneciente a todos los estratos sociales, conciente del momento social y, por lo tanto exigente de una temática especial. Un público que se interesa en participar en la creación misma de la obra y en su posterior crítica. Si se lograra satisfacer este interés se alanzaría probablemente la relación actor -espectador que tanto preocupa a los entendidos.

CINE Y TELEVISION

Definición: Cine es arte, crítica, espectáculo, evasión, técnica, comercio, industria, poesía, sentimiento, profesión, cultura, diversión. Sobre todo es algo social hecho por y para la sociedad.

El cine es en realidad algo tan complejo que difícilmente puede darse una definición exacta; bien puede decirse que es en general, un cúmulo de virtudes y defectos que pueden ser captados por el espectador. (Ana María Naudón: Cine y teatro)

El arte y la técnica se encuentran tan unidos que Giovanni Gentile

describía en 1935: "El problema estético del cinematógrafo, por el hecho de originarse en el uso de una técnica que contiene elementos mecánicos, se resuelve con la superación o anulación de la técnica, es decir, el público solo debe ver el espectáculo y no lo que hay detrás de él.

Es aquí donde encontramos la primera semejanza entre el cine y la TV, ambos entregan una información predominantemente visual y sus productos pertenecen al mismo tiempo al arte y a la técnica. ¿Cuál de estos dos aspectos es el más importante? En el libro "La influencia del cine y la TV" de Gilbert Cohen-Sant, se dice: "El poder traumatizante, mágico y movilizador de las fuerzas afectivas elementales... puestas en libertad por la película, no reside sólo en el talento del productor, sino, en mayor grado, en las imágenes filmicas sometidas por él a alguna idea de composición. Así no es el arte el que desempeña inicialmente el papel predominante sino la naturaleza técnica de los procedimientos puestos en juego.

Otra característica que comparten tanto el cine como la televisión es la actitud que adoptan los individuos bajo los efectos del espectáculo. Es esta una actitud de participación; las representaciones no sólo son recibidas sino también vividas. La información visual desencadena al punto, no respuestas sino conductas de empatía. En este caso, participar es confundir lo imaginario con lo real y es un modo de comprensión en el cual la afectividad se impone a la intelectualidad. En esta especie de pensamiento mágico hay un proceso de identificación y otro de proyección. En el primero, el espectador vive bajo los rasgos del personaje cinematográfico o televisado que lo atrae afectivamente. En la proyección, este espectador presta las características de su realidad al personaje que polariza su atención.

Todos los espectáculos suscitan fenómenos de participación hasta cierto grado. Pero estos dos medios de comunicación llevan el interés del observador hasta la fascinación, momento en que los espectadores pierden toda autonomía intelectual abandonándose al mensaje de la pantalla. Ahora bien, puede indicarse que aunque la televisión y el cine pueden

de subyugar la mentalidad del público, este efecto es provocado en distinta proporción por uno y otro medio. El asistir a un cine constituye una experiencia social ya que los espectadores deben aceptar integrarse a un grupo de público por lo general numeroso. La TV en cambio, puede ser observada en total soledad o con un grupo reducido de personas: la cercanía de la pantalla es otro motivo de atracción para el espectador.

COMO NACIÓ EL CINE

El hombre ya en la prehistoria deseó representar el movimiento del mundo. Cada época tuvo una solución a este anhelo mediante pinturas en las cavernas, grabados en los templos y miniaturas en los libros. El cine es la solución que el siglo XX da a este deseo según el progreso experimentado por la técnica.

El cine tuvo que esperar hasta el siglo XVIII para nacer, aunque a mediados del XVII existían algunos espectáculos llamados panoramas y dioramas que pueden ser considerados antecesores del cine. Basados en el movimiento de grandes cilindros pintados en sus caras internas que los espectadores observaban desde una plataforma central. La innovación del diorama fue el lienzo transparente que permitía ver a través del él, otros lienzos con escenas, así se suprimió la disposición circular. Estos espectáculos subsistieron hasta fines del siglo XIX.

La fotografía representó un enorme avance en la gestación del cine. Ahora ya no era necesario dibujar cada figura sino descubrir el proceso de movimiento. Por su parte Edison hizo un importante aporte: inventó el taladro de film. Con este instrumento se agujeraron los costados del celuloide, al introducir el material en un engranaje era posible moverlo en forma uniforme provocando el movimiento natural. Anteriormente Edison había creado el Kinetoscopio consistente en una caja accionada eléctricamente, que contenía una banda de celuloide de 15 a 20 metros y que proporcionaba un espectáculo de 2 a 3 minutos; pero no proyectaba.

En Lyon, los hermanos Lumière adaptaron este taladro en su celuloide y experimentaron proyectándolo: había nacido el cine. El 28 de Diciembre de 1895, en un sótano del Boulevard se instaló la primera sala de cine del mundo.

Demás visto la importancia de la proyección de la imágon; esa es justamente la forma de trasmisión que le permite llegar hasta un grupo indeterminado de personas. También es una de las diferencias que se observan entre las técnicas de cine y televisión. Mientras en el primero, se ve una imágon completa en la pantalla en un momento dado, en la televisión en ese momento solo aparecerá un punto. Si queremos ver un movimiento, en la pantalla grande se proyectará 24 imágenes por segundo; en la televisión tendremos 525 líneas formadas por puntos luminosos. Naturalmente no hay que olvidar que en este segundo medio de comunicación es también posible la grabación, pero su forma de retrasmisión es la misma.

ALGUNAS FORMAS DE CINE :

Cine documental y cine histórico.

Las primeras películas que se dieron a conocer en público tenían, sino en su totalidad al menos la mayoría, carácter de documentales. La platea observaba maravillada la pasada de los grandes hombres hacia reuniones u otros acontecimientos de importancia. Los sucesos eran filmados y entregados al público sin otra intervención de parte del productor que el desarrollo de la película fílmica. Aún hoy día suelen mostrarse como parte de documentales de momentos históricos.

El cine histórico, también se encuentra vinculado con la época muda del cine: Griffith, uno de los primeros productores realizó su Caída de Babilonia cuando todavía hacer cine era una peligrosa aventura. En una escena "El Festín de Baltazar" reunió 16 mil extras, convirtiéndose en el primer productor que utilizó multitudes.

Algunos países se han distinguido por sus cintas históricas como Estados Unidos y Rusia. Estados Unidos basándose siempre en temas extraños a su realidad: La Guerra y la Paz; Ben Hur, Cleopatra, etc. y Rusia tomando como punto de apoyo su lucha contra los zares y posteriormente las revoluciones que concluyeron con la imposición del socialismo: El Acorazado de Potenkin; El Tercer Golpe; Las Jornadas de Octubre, etc.

El cine histórico se presenta como un intento artístico de representar la vida del pasado recreándola según sea el interés del director; otra cosa es el cine social.

CINE SOCIAL :

Si algunos géneros cinematográficos han sido orientados con ideas preconcebidas, el cine social posiblemente se lleva la delantera. A través de su historia se advierten tres temas de permanente actualidad: Problemas de clases, revolución social y valores sociales. (Los tres se encuentran íntimamente relacionados)

Este género es el más señalado para entregar un mensaje al espectador y tratar de despertar su inquietud; por esta misma razón es muy difícil separar lo social de lo político y muchas veces el cine social ha sido utilizado para hacer propaganda política.

El cine social ha tenido épocas realistas en que se presentaba sin grandes compromisos la situación de una clase. Luego ese mismo realismo con marcado en un lenguaje crudo presentando las situaciones más sombrías se transforma en naturalismo, que, en su exageración llegó a presentar una caricatura dolorosa de la realidad: "el salario del miedo"; "Al rojo vivo" etc.

El neorealismo es el último peldaño del género social. Según su seguidor Rossellini, es seguir a un ser en todos sus descubrimientos. Se podría indicar un esquema de las características del neorealismo: 1) Sinceridad (ni morbosidad ni suciedad) 2) valentía y audacia y 3) acusación sobre soluciones relegadas 4) reacción contra el conformismo.

Actualmente todas las formas del cine social conviven en los distintos países del mundo apareciendo nuevas formas de expresión acercándose cada vez más al cine psicológico. De este modo ha aparecido el expresionismo que destaca el sentido oculto de las cosas deformando la realidad en la pantalla que recurre a sueños y fantasías. Su principal productor es Bergman (~~Bella de Sís~~, etc)

CINE DE HOY

El cine actual es una combinación de géneros y estilos sin que, al igual que en teatro, se pueda hacer ahora una clasificación rigurosa. Desde el momento que Hollywood dejó de ser el centro de la actividad cinematográfica, ha surgido un cine continental (europeo) y uno nacional (EEUU,

Argentina, Brasil, Etc) rechazando las antiguas líneas del cine y sus convencionalismos se llegó en 1950 a la creación de la "generación de autores" casi todos neorealistas dedicados a desacreditar las realizaciones de Hollywood con películas de éxito rotundo: "El proceso" y "Hotel Internacional".

La gran importancia de esta generación de autores reside en que elimina todos los factores narrativos, lógicos o de cualquiera otra índole que puedan entorpecer el libre desarrollo de la creación (Ej: "Un hombre y una mujer"), se permite la libre improvisación y trata de realizar cintas de calidad sin gastar las exorbitantes cantidades exigidas por los artistas de Hollywood.

Posiblemente estas características han hecho predominar a esta generación compuesta por Norman Foster, Visconti, Rossellini, Vicente Minelli, Antonioni y muchos otros. El cine actual cobra un sello inconfundible de lo personal retratándose en cada obra el pensamiento del director. Sin embargo hay un lazo que une a todos estos individualistas: el tema de la comunicación. Es posible que estén descubriendo el problema más importante del hombre de hoy.

NUESTRA REALIDAD EN 1970

La enorme actividad desarrollada durante 1970 parecería indicar un resurgimiento en el cine chileno. Se crearon cine-clubs de importancia las universidades dieron especial importancia a este arte y fue creada la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica. El Instituto Chileno-Norteamericano de Cultura convocó a un concurso en el que participaron 88 aficionados. Se filmaron varias películas y comerciales para la TV entre ellas 8 películas nacionales. Por otra parte, los cineastas de la Unidad Popular presentaron un manifiesto criticando el año artístico y haciendo una declaración de principios.

Por la realidad indica otra cosa: Chile se encuentra abocado al cine chileno desde el principio de su actividad cinematográfica y "El chagal de Nahueltré" es la única película que logró una crítica unánime favorable. Es también significativo que fue la única que se mantuvo un tiempo largo en cartelera con un público constante.

Todos estos antecedentes señalan el camino lógico que debe seguir el cine nacional, sin embargo, muchos productores y directores chilenos se empeñan en realizar películas intrascendentes o de contenido extraño a la realidad de este país.

Por otra parte, con la aparición de la televisión, las películas sufrieron un muy rudo golpe, la asistencia se redujo en casi un 50% repuntándose después lentamente pero en una cantidad mínima. Una de las razones de esta situación es que la televisión ofrece más películas y más variedad que una sesión de cine. En Chile, al contrario de lo ocurrido en otros países (Argentina y Brasil) la televisión llegó muy luego a las familias modestas destruyendo así el concepto que decía que la TV estaba destinada a ciertas clases sociales. Este nuevo medio de comunicación se transformó en una empresa más ya que se empezó a arrendar los aparatos receptores o bien se crearon nuevas salas en casas particulares pagando las entradas por horas. De esta manera se perjudicó la asistencia al cine de la clase media y baja, justamente la más adicta a estos clases de entretenimientos. Sería interesante preguntarse si las películas de la televisión perjudican el prestigio del cine al presentarse de manera desfavorable. Las películas rodadas especialmente para la televisión son elegidas considerando un límite mínimo en la inteligencia del telespectador; las películas adaptadas del cine para la TV pierden mucho al ser reducido su milimetraje y generalmente relatan historias que nada tienen que ver con la realidad del espectador.

Actualmente se estudia una legislación que favorece al cine nacional en cuanto a la importación de materiales y facilitación para su exhibición. Quizás esta medida solucione en parte el problema de este arte frente al avance de la televisión.

RADIO Y TELEVISIÓN

Definición: Es un sistema electrónico de comunicación de masas privado, comercial o estatal y subvencionado, cuyo objeto es entretener, informar, culturizar y orientar a un público muy indeterminado a través de un medio acústico y cuyo alcance puede ser local, nacional, continental o mundial (Verner Arias: "La Comunicación social a través de la radio")

La radio y la televisión son sistemas electrónicos de comunicación de masas, cuyos programas se transmiten de igual manera, por medio de ondas. Las radiales, por su forma y calidad circundan el globo terrestre. Las ondas televisivas en cambio son rectas y débiles. En grandes distancias se debilitan hasta desaparecer. Los programas de televisión a nivel nacional o internacional no serían posibles si no se hubiera creado la planta de retransmisión que toma las ondas ya debilitadas y (técnicamente) las lanza al aire con su vigor primitivo. Ejemplo claro de esta situación es la televisión chilena que aumenta su alcance a medida que se amplía la red de plantas retransmisoras. Así mientras para el sur la cadena va llegando a Punta Arenas, hacia el norte todavía debe mandar los programas grabados recibiendo los el público con un día o más de retraso.

Este problema puede haber impedido la aparición de la TV con anterioridad pues cuando los primeros canales se instalaron en Chile, la radio se encontraba ya en pleno auge. El periodismo de diario estaba siendo desplazado por el radial por su mayor rapidez y agilidad.

En 1960 habían 106 estaciones de onda larga y 24 radioemisoras de onda corta. En 1963, la cantidad de emisoras de onda larga había ascendido a 124 y, aunque empezaba el auge de la televisión (25 mil receptores) las emisoras de onda corta llegaban a la treintena.

En 1958, había en toda América Latina 6 receptores de radio por cada 100 habitantes, 10 años más tarde la cantidad había llegado a 11 por cada 100 habitantes. En Santiago de Chile, en la misma época había 40 receptores por cada 100 habitantes. (sirva de dato complementario la estimación de las Naciones Unidas que señalan como indispensables la existencia de al menos 5 receptores por cada 100 personas para considerar a un país como medianamente informado.)

Todos los medios de comunicación se dirigen a una masa heterogénea pero la radio está destinada a un público mucho más indeterminado ya que es fácil captarla y puede ser entendida por la población sin diferencia de clases ni culturas. Su largo alcance llega hasta los pueblos más remotos favorecidos por la aparición de los transistores que hacen innecesaria la corriente eléctrica. Este amplio alcance tanto de distancia geo-

gráfica como intelectual hacen de la radiodifusión el medio de comunicación social más importante del momento. Hay que recordar que la radio es en cualquiera de sus múltiples manifestaciones (radiotelegrafía, radiocomunicación pública y privada, etc) la que más profunda y rápida impresión ha provocado en la cultura y en el pensamiento humano. La prensa, el cine y los libros carecían esencialmente de la simultaneidad entre el acontecimiento y el conocimiento que caracteriza a la radiodifusión en una época en que es imprescindible que los medios de comunicación de pensamiento tengan la misma rapidez que los medios de transportes para acortar cada vez más las distancias entre los continentes.

Actualmente se une en un solo término la radio y la televisión: audiovisión; audio de oír y visión de ver. Giordani dice en su libro "El problema de la Audiovisión": "los conceptos de ver y oír penetran en la esfera intelectual y espiritual, donde oír se vuelve comprender y ver se transforma en concebir."

Esta nueva acepción ha sido creada considerando los principios de estos dos medios de comunicación. La electrónica, sin embargo hay diferencias fundamentales entre estos dos medios no sólo en cuanto a su alcance sino también en el aspecto técnico. Considerando que sólo utiliza un sistema de transmisión para llegar al público (audio) el medio radial ha ido perfeccionando este sistema hasta llegar a la frecuencia modulada el sonido estereofónico y los transistores, todos tendientes a ampliar y perfeccionar la onda sonora dándole el máximo de identificación con la realidad. Por otra parte, el medio radial ha inventado algunos efectos sonoros que dan dimensión real a lo relatado; estos efectos han sido desarrollados con posterioridad tanto en el teatro como en el cine y más recientemente en la propia televisión dándole importancia a las técnicas de fundir y encadenar diversas secuencias mediante el uso de aparatos especiales.

Pero ¿qué es lo que se escucha?

Se dice que el mensaje social, etc, que entreguen los medios deben tender a informar entreteniendo porque el derecho del hombre a cultivarse y la posibilidad de este derecho en forma plena y libre es hoy día una cuestión fundamental.

En una encuesta realizada en 1968 solo un 14 por ciento de los encuestados señaló preferencias hacia un tipo determinado de programas, pero de este grupo el 15,8% seguía los radioteatros y unicamente un 1,9% se interesaba en las noticias. La razón de tan bajo porcentaje era el ser poco entretenidos. Sin embargo la radiodifusión se inició como un factor primordial de la información por el medio del sonido; luego descubrió su inmenso poder como instrumento de propaganda comercial y finalmente, como propagandista político, dándole ese carácter por primera vez en las elecciones inglesas de 1924.

La radiodifusión como todos los medios de difusión, pero con mayor profundidad, puede estimular la capacidad de crear nuevas riquezas, servir de acicate al progreso técnico y movilizar los factores humanos para utilizarlos en la obra de expansión económica y social. Considerados estos factores y la consecuente influencia que tiene este medio de comunicación en la marcha de la sociedad se ha reglamentado su utilización como un medio de resguardar el bien común. Las disposiciones legales que rigen a las radios chilenas se encuentran contenidas en 3 cuerpos legales: Ley de abuso de publicidad; Reglamento general de Radiodifusión y Ley de dirección general de Servicios Electricos y Gas. Junto a estas reglas está la declaración sobre los principios de Etica de la Asociación Interamericana de Radiodifusión.

Las disposiciones del Reglamento General de Radiodifusión dictado en 1949 han perdido casi totalmente su vigencia siendo mas importante la ley sobre Abusos de publicidad que, dirigida a todos los medios de difusión tiene algunos artículos que se refieren exclusivamente a la radio. (no se hará comentario por constar en otro tema)

SISTEMA DE RADIODIFUSIÓN

Teoría soviético comunista: es un sistema planificado tanto en lo que dice relación con lo técnico como con el contenido intelectual de la transmisión. La programación emana de tres fuentes. 1) Sistema Secundario 2) Sistema local y 3) Sistema Central.

Sistema secundario: de alcance nacional. Del circuito de este sistema se sacan arranques para llegar a los centros de recreación, granjas y otros lugares de reunión pública. Los receptores, la mayoría de dial fijo, sólo captan esta programación.

Sistema local: Con redes regionales que originan sus propios programas y los difunden a los suscriptores. Dedicar parte de su tiempo a los programas emitidos por el sistema central.

Sistema Central: Funciona desde Moscú, puede ser conectado a cualquiera de los otros dos sistemas emitiendo sus programas en 70 idiomas.

La radiodifusión es atendida como un instrumento para alcanzar metas para adoctrinamiento y por lo tanto está sometido a un control riguroso.

Característica especial del sistema comunista es el periodismo preferentemente de interpretación; así como la experiencia grupal de los auditores.

TEORÍA LIBERTARIA :

Es el caso de Inglaterra y Canadá. En el primer país la radio es un monopolio ejercido por la Corporación Británica de Radiodifusión. Sus transmisiones (57 transmisores) abarcan el Reino Unido y todo el mundo. La BBC es regida por una junta designada por la Corona y su financiamiento se basa en patentes pagadas por los propietarios de los receptores. La programación está escalonada según el nivel cultural que se desea llevar hasta el público. Programas ligeros, de poca cultura, programas dedicados al hogar con algo más de preparación y los programas Third basados en transmisiones musicales, literarias, etc de nivel superior. El propósito de la BBC es elevar paulatinamente el nivel cultural del público.

En Canadá la radiodifusión es una mezcla de actividad pública y privada; tomando como modelo a la BBC se dio forma a la CBC financiado tanto por medio de patentes como por cuotas entregadas por empresarios privados que mantienen algunas radios. Estas radioemisoras privadas se ajustan a la reglas que dictan la red estatal encabezada por la CBC que regula y dirige todo el sistema radial con el objeto de acrecentar la cultura canadiense.

TEORÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:

El régimen norteamericano es su mejor exponente. La teoría se basa

en la idea de servir al público. Las radiodifusoras son empresas privadas que operan como empresas lucrativas (comerciales). Los canales están otorgados por el gobierno y sujetas a reglas emanadas por éste. Cada radio es responsable de lo que trasmite. Muy a menudo los programas son elaborados por agencias de publicidad. El periodismo radial es muy especializado y cuenta con grandes cadenas de difusión y equipo técnico moderno. Característica es la especialización de los trabajadores del campo radial que deben, obligatoriamente, acudir a escuelas especializadas en el ramo que desempeñen.

TEORÍA AUTORITARIA :

Este sistema tiene por objeto fundamental el sostener y propagar las políticas de gobierno. La teoría se implanta en aquellos países que han tenido escasa industrialización, incultura y la más estricta Censura. El número de receptores es muy pequeño y se descuida otro fin que no sea el político.

SITUACIÓN DE LA RADIO EN EUROPA :

Europa es un continente reducido en que las emisiones pueden abarcarlo con facilidad. El gran crecimiento de la radio se debe en parte importante al poder adquisitivo del hombre medio y del obrero de Europa. En algunos países se acepta la publicidad para financiar la empresa y en otros sólo se apoyan en los impuestos. En todo caso, y pese a la competencia de la TV las radios tienen un poderío tan considerable que pueden mantener cuerpos estables de actores y orquestas.

RADIO EN ASIA :

En este continente hay grandes contrastes. Mientras en algunos países la radio se encuentra en sus albores en otros como el Japón, la radio y la televisión son empresas muy desarrolladas. En Japón hay programas educativos, foros, etc y algunas radiodifusoras se han dedicado en programas especiales a responder a las inquietudes de las aldeas repartidas por toda Asia. Japón es el único país de Asia y Europa que posee una televisión eminentemente educativa.

NUESTRA REALIDAD:

Según las distintas teorías estudiadas diríamos que Chile está más

cercano a las teorías de responsabilidad social ya que su contacto con el gobierno es limitado y se financia en casi su totalidad con aporte privado.

Chile se encuentra ubicado en un continente de gran actividad política. Como se indica en porcentajes anteriores, es uno de los países que cuenta con mayor número de aparatos receptores de radio. Durante cierto tiempo el periodismo radial tuvo primacía por su agilidad, ayudado en gran parte por la aparición de la grabadora (inventada en la Segunda Guerra Mundial). La aparición de la televisión ha significado un violento retroceso en el aspecto económico ya que el avisaje se ha trasladado a la televisión donde el mayor gasto que significa un aviso por minuto, está compensado por sus mejores frutos. La radio ha tenido que acudir a las instituciones privadas y a las subvenciones estatales perdiendo parte si no toda su autonomía en cuanto a línea ideológica y programación en general. Por otra parte, los programas en vivo de la televisión en cuanto a información han hecho que el público deje de escuchar la radio en los mismos aspectos, la actividad radial ha conseguido normalizar su auditorio a costa de transformarse en simple proveedora de música con evidente perjuicio en su calidad.

La radio, como los otros medio de difusión confía en la fatiga de los televidentes que después de un tiempo selecciona sus programas de interés dejando mayor tiempo para otras actividades.

LA TELEVISIÓN FRENTE A LA LITERATURA, PRENSA Y DEPORTE :

La prensa escrita, inadvertidamente conformada para la sociedad urbana de clase media penetra escasamente en el medio rural. La radiodifusión va a todas partes. Lleva su mensaje más allá del conocimiento del alfabeto. La televisión da más intimidad humana al mensaje, pero su acceso se circunscribe al alcance de la onda y al costo del receptor. Por otra parte, el diario tiene otras desventajas, menos independencia y difícil renovación. El periodista de prensa debe leer en cantidad, viajar y contar con medio técnicos adecuados así como con medios de transporte rápidos y seguros. Frente a este panorama, la televisión se muestra muy superior a la prensa escrita; los periodistas deben tener la agilidad de los reporteros

y como ellos no pueden entregar documentos de estudios profundos y acabado sino en ciertos programas especiales.

La difusión de mayor variedad de temas tratados en forma continua obliga al público a exigir mas comentario, mas opinión y , por lo tanto , mayor conocimiento de las materias tratadas. En Chile han aparecido en los últimos años, revistas que dedican su espacio a un solo tema o bien tratan de problemas de actualidad con periodistas de renombre.

Por su parte la literatura ha tenido un notable renacimiento en la última década. El público empieza a elegir a sus autores preferidos entre aquellos que relatan historias cercanas psicológicamente a él. La televisión ha influido aunque indirectamente a este renacimiento . Actualmente una novela no ofrece el aspecto de novedad y ~~que~~ la televisión ofrece gran variedad de tomas sin que el espectador se dé el trabajo de leer hojas bien o mal escritas. Esto significa mayor selección de las publicaciones y apoyo a buenos escritores. El tema próximo al público manejado por expertos da a la novela americana ventaja sobre otros continentes.

Las opiniones sobre literatura son extractadas de una conferencia de prensa ofrecida por García Márquez)

Por último pareciera poco adecuado agregar al deporte a esta lista. Marco Antonio Rocca, Director General de Deportes del Estado declaró frente a algunos periodistas: " En este país los chilenos hacen deporte sentados", refiriéndose al poco interés por el deporte que caracteriza al chileno medio. La Televisión ha tomado en parte, el papel que desempeñaba la radio al informar al aficionado del trabajo de su equipo favorito. Aparecen ahora revistas especializadas en deporte que cuentan con gran número de adeptos, sin embargo las canchas se van despoblando de atletas que prefieren ocupar su tiempo frente al televisor. No hay que olvidar , de todas maneras, que la televisión está dando a conocer en forma visual y por lo tanto, mucho mas directamente otras formas de juegos y deportes hasta ahora ignorados por la masa de público.

CAPITULO II

ASPECTOS TECNICOS DE LA T.V.

ESQUEMA

Imágen: Cuadro de composición
 Composición
 Tomas de cámara
 Efectos especiales de Imagen.
 Efectos de escenario
 Luz

La T. V. es la transmisión radial o eléctrica de una serie sucesiva de imágenes y su recepción en forma tal que brinde una reproducción substancialmente continua y simultánea de un objeto o escena colocado a una distancia de los ojos del observador.

La Imágen es lo que diferencia a la T. V. de otros medios de comunicación por lo tanto al analizar los elementos que la componen quedará demostrada su importancia.

I Tomas de Cámara:

Las tomas de cámara se dividen en:

a) Según el movimiento pueden ser:

1. Dinámicas: aquellas tomas que se realizan desplazando toda la cámara.
2. Estáticas: las que tienen movimiento, pero se realizan manteniendo fijo el trípode de la cámara.

Las tomas dinámicas pueden ser:

- 1.- De profundidad: se acerca o se aleja un objeto.
Dolly in. la cámara avanza hacia un objeto.
Dolly back: la cámara se aleja del objetivo.
- 2.- Horizontales: cuando la toma se hace de extremo a extremo, hacia lo ancho (travellins)
- 3.- Verticales: cuando la cámara se mueve hacia lo alto, de arriba hacia abajo (til down) y de abajo hacia arriba (til up).
- 4.- Circulares: la cámara se mueve alrededor del objetivo en noventa, ciento ochenta y trescientos sesenta grados.

Tomas combinadas.-

Se pueden combinar los movimientos de cámara, por ejemplo: un til down con un dolly in o un til up con un dolly back.

b) Según la distancia: Las tomas pueden ser:

- Gran Primer Plano ; la toma muestra un detalle: los ojos, una mano, un cigarrillo, etc. Se usa para mostrar características especiales del rostro o de la acción.
- Primer Plano (Close up): muestra el rostro de una persona, dejando algo de margen a los lados.
- Plano Medio (El medium close up): muestra el rostro de una

persona, pero incluyendo el cuello y los hombros.

Plano Americano: Esta toma muestra a las personas desde la cintura para abajo (low shot).

Toma total: toma completa de una escena. Es también una toma media. Enseña por ejemplo: un escritorio, una puerta, una ventana, etc.

Toma de Grupo: muestra a todas las personas que intervienen en la escena.

Plano General: es una toma que muestra a las personas y los ambientes que las rodean.

Panorámica: Es una toma bastante alejada que lo muestra todo.

Cuadro de Composición:

La composición es el arreglo de los objetos en un cuadro.

En una composición los objetos deben estar colocados de manera que el cuadro sea claro y agradable y que la perspectiva caiga directamente sobre los objetos más importantes.

En una Composición se deben tener en cuenta varios factores, los que determinan que el resultado sea bueno o malo.

1) El uso de encuadres sueltos: donde siempre quedan espacios en blanco alrededor del objeto dentro del cuadro.

Los encuadres apretados en cambio dan a veces sensación de desorden, el cuadro está lleno por los objetos.

La excepción será el Gran Primer Plano, en que la pantalla está llena por un detalle del objeto. Generalmente sobre los ojos, nariz y boca del actor. Toma que se usa con fines dramáticos.

2) El Equilibrio: En una composición bien equilibrada, ningún área del cuadro parece tener preponderancia sobre otra.

El equilibrio no consiste en una rígida distribución de los objetos, sino en una armonía de éstos.

Por ejemplo: En una toma de un solo actor, que está mirando hacia la cámara. Si se centra el actor dejando igual espacio blanco en todos los lados del encuadre, se producirá una monotonía y el espectador perderá el interés.

En cambio si al actor se le coloca de semi perfil, mirando algo fuera de la pantalla y se deja más espacio en blanco en la dirección que está mirando que sobre su cabeza, el objeto desconocido hacia el que está mirando equilibrará la composición.

3) Falseado: Para lograr un buen encuadre es a veces necesario recurrir a pequeños trucos, se falsea la postura de las figuras. Estas se colocan de manera tal que la postura no puede ser normal, pero que en la pantalla aparece como natural.

4) Composición de Grupo: En una composición se requiere una cuidadosa disposición de los objetos y personas, tratándolos como integrantes de una unidad. Sin dejar de lado lo artístico de la composición hay que recordar la necesidad de que las escenas parezcan naturales.

En tomas de grupo las variadas formas del triángulo, como disposición de los elementos, son generalmente consideradas como las más simples y efectivas.

5) Composición en profundidad: para crear sensación de profundidad en un encuadre de T.V., se deben usar primeros planos, planos medios y planos de fondo.

Por otra parte se puede crear sensación de profundidad mediante decorados en el set de filmación. Para esto se utilizan diversos trucos, por ejemplo: Foto de ventana, a través de la cual se ve el cielo, árboles o edificios.

A) Efectos especiales:

El efecto quizás más usado es el de los espejos. Mediante su uso se logran tomas que de otra forma sería imposible de realizar. El espejo parece transportar a la cámara a las posiciones más increíbles.

1) Toma de un ángulo alto. Por medio de un espejo colocado sobre el sujeto o cosa que se quiere enfocar desde lo alto, se obtiene esta toma que requeriría colocar la cámara sobre el set de filmación. La cámara enfoca al espejo en el cual se refleja la imagen del sujeto, lo que en la pantalla de t.v. aparece como si estuviera enfocado desde arriba.

2) Toma directa de un sujeto: Cuando por la posición en que está colocada la cámara es imposible enfocar a un sujeto, el espejo puede hacerlo por ella y retransmitírsela. La imagen que aparezca en pantalla será la que captará el espejo en ángulo con el sujeto.

3) Espejos permanentes: En algunos set de filmación se instalan espejos permanentes en el cielo raso del set. Esto se usa por ejemplo en programas culinarios, demostraciones, etc. Luego la cámara puede hacer tomas desde lo alto cuando sea necesario.

4) Efecto del retrato: un grupo de personas están colocados frente a la chimenea, mirando un retrato de familia que está colocado sobre esta. En la realidad el retrato es un espejo. Una cámara enfoca a la gente y otra al espejo. La primera coloca dentro del espejo la toma enfrente a éste.

5) Efectos de reflejo:

a) Reflejo de un objeto o sujeto sobre la superficie de un lago: en lugar del lago se coloca un espejo cubierto con agua. Una persona mueve suavemente el agua con el extremo de una varilla, luego el efecto es similar al reflejo sobre un lago verdadero.

b) Otro truco de reflejo se logra colocando un pequeño espejo en ángulo recto con el extremo inferior del lente de la cámara. Debe estar paralelo al eje óptico y en el centro de este para no interferir la toma. Luego la imagen se refleja en el espejo con lo que se consigue el efecto de que la gente se refleja sobre un lago.

6) Sobreimposición y espectros: Vidrios.

La sobreimposición es la aparición de dos imágenes al mismo tiempo en la pantalla de t.v. Para hacer esto con una sola cámara se debe enfocar dos cosas al mismo tiempo y en el mismo lugar.

Para esto se utiliza un vidrio transparente colocado delante del actor y en un costado un fantasma por ejemplo, luego en la pantalla aparece el actor en frente del fantasma. El vidrio deja ver lo que está detrás de él y recibe el reflejo de lo que está colocado a su costado. La cámara se debe mover lentamente para no perder el efecto.

Problemas del reflejo de vidrios. Los reflejos de los vidrios de las ventanas u otros objetos, son a menudo problemas en el set de t.v., por otra parte estos efectos se usan en numerosos trucos como el citado anteriormente.

7) Sombras (Efecto de silueta): proyección.

Se pueden producir usando una luz en movimiento, la que proyectará las sombras, de los actores o objetos colocados en el set.

Otro método consiste en colocar a un actor entre la luz y la superficie de una muralla, la sombra se proyectará sobre esta.

También puede ser que el actor se coloque detrás de una pantalla transparente, la sombra se proyectará en la pantalla.

8) Escritura misteriosa: Uno de los efectos especiales más interesantes es la aparición de escritura sin lápiz o mano visible.

Métodos.

Papel carbón: Para este se usa un papel carbón especial, luego se escribe por el reverso del papel y en sentido inverso a la escritura normal, el lápiz marca el carbón y las líneas aparecen en la pantalla. Para que la sombra de la mano o el lápiz no aparezcan hay que tener cuidado de no colocarlos en las áreas que están alrededor del dibujo.

Tinta en el reverso Se usa un papel relativamente delgado y tinta penetrante. Las letras se marcan al mojar la tinta en la do opuesto del papel. Generalmente se usa una pluma para este propósito.

A) Tomas de composición y la ilusión de espacio.

Los estudios de T.V. son generalmente pequeños para los programas que los directores esperan hacer. Para agrandar el espacio se recurre a diversos trucos.

1) Perspectiva artificial; se utiliza para crear ilusión de profundidad. Con este objeto se usa un dibujo de dos dimensiones. El dibujo se coloca detrás de un decorado. El dibujo hecho con perspectiva se combina con actores y objetos colocados en tres dimensiones sobre el escenario.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es el ángulo de enfoque. Para lograr un buen efecto hay que buscar el punto de vista acertado.

2) Tomas de vidrio: El método de esta toma consiste en la parte trasera de la escena sobre un vidrio y colocarlo enfrente de la cámara. Los actores se colocan detrás del vidrio. La cámara capta el dibujo del vidrio y a través de las zonas claras la acción que ocurre en la parte de atrás. Luego en la pantalla el efecto es de un todo.

Efectos de estudio:

Los efectos de estudio incluyen todo lo relacionado con producción de lluvia, nieve, fuego, etc. (efectos climáticos). Las imitaciones deben ser hechas de tal manera que parezcan reales y de materiales que no se deshagan por el efecto de las luces.

Nieve: la nieve generalmente se simula con copos de maíz inflado, plumas de aves o copos de jabón. Recientemente se ha empezado a usar un nuevo material plástico que cae produciendo un efecto igual al de la nieve, aún en las tomas interiores y no produce efectos tóxicos o alérgicos. (U.S.A.).

El mejor sistema para esparcir cualquier tipo de nieve es mediante una bolsa colocada sobre el set.

Bolsa de nieve: Generalmente se hace de lienzo delgado, el que se une en ambos extremos a bastidores, que se accionan mediante poleas. Uno de los bastidores se deja fijo y el otro movable. Esta bolsa se abrirá en el momento oportuno, dejando caer el material colocado en su interior. La caída se puede controlar por la intensidad de la agitación que se le haga a la bolsa.

Lluvia: Se puede producir lluvia usando agua verdadera. Es natural, es barata y da una buena ilusión de realidad. Pero tiene algunos inconvenientes como dañar el suelo del estudio.

A veces la lluvia se obtiene sin agua, mediante el uso de una luz adecuada y decoración apropiada. Sobre las ropas de los actores se coloca glicerina para dar mayor sensación de realidad.

Para dejar caer el agua se utilizan regaderas colocadas alrededor del techo del set.

La iluminación de las escenas de lluvia es muy importante. Se debe iluminar desde el lado y siempre con luz débil.

Fuego: El fuego se produce con muchas precauciones para evitar un incendio.

Se usan las llamas de braceros y antorchas provistos de extinguidores en caso de incendio.

Si se necesita un gran fuego se usa a veces, una pequeña llama frente al lente, la que da el efecto de envolver toda la escena. Si no se puede usar una llama verdadera se usa la sobreimposición.

Los efectos de los proyectores puede producir efectos de llamas en la parte de atrás de la escena. Para las llamas en primer plano se puede usar el truco de la toma del vidrio. (Anteriormente explicado).

El fuego de una chimenea se puede simular por pedazos de seda o papel, colocados en el hogar. Pero debe mostrarse en primeros planos, ya que sino se pierde la ilusión.

Llama pequeña. las llamas que se producen al quemar alcohol son el mejor método para usar en tomas de primeros planos. Si se echa un poco de sal a las llamas los tonos amarillos de sodio hace que se produzcan más contrastes, lo que da mayor claridad a la toma.

Proyección de llamas: Se puede clasificar en dos tipos: Primer plano y plano de fondo.

En el caso de plano de fondo: el fuego se ve a través de una ventana en la distancia. Se puede usar una filmación de llamas.

También se puede lograr efectos de fuego rotando dos vidrios irregulares a intervalos frente a un reflector.

En el caso de llamas en primer plano: se pueden proyectar usando usando el mismo sistema anterior. Por un vidrio colocado frente al lente de la filmadora y las llamas de fondo.

Humo: El humo y la neblina se pueden hacer con los mismos materiales usados de diferente manera.

El humo verdadero es muy delgado y se mueve demasiado rápido a través de la pantalla, especialmente si está en primer plano en la toma.

El método más fácil de hacer humo es mediante el uso de tetracloruro de carbono líquido. Cuando el líquido entra en contacto con el aire se convierte en humo blanco.

Otro método para producir humo es mediante la superposición.

Neblina : Se usa hielo, se muele y se le frota dióxido de carbono. Cuando la sustancia se deshíela, omite el estado líquido y se transforma en gas.

Cuando se produce niebla en el set de t.v. pueden ocurrir ciertos errores como:

- 1) la niebla puede ser muy densa, por lo que la escena será invisible para la cámara de t. v.
- 2) puede ser que la niebla que se requiera para una toma exterior, penetre en el set por lo tanto habrá niebla en las tomas interiores.
- 3) el material de la niebla puede ser irritante para los actores y los puede hacer toser.
- 4) la niebla puede ser muy delgada, estar muy baja o evaporarse muy rápidamente, por lo que el efecto obtenido es insuficiente.

Todo esto se puede evitar si se usa un filtro de humo sobre el lente de la cámara.

Otros trucos:

Quebrar vidrios: Hay paneles de vidrio, hechos con un material especial, que se pueden quebrar sin peligro de que los actores se corten

El vidrio especial está hecho de resina.

Las botellas quebradas están hechas de yeso pintado que imita al vidrio.

Muebles que se rompen: Para lograr que una silla se rompa cuando alguien se sienta o se le pega a una persona, se corta en piezas y luego se pegan con una delgada capa de adhesivo.

- 1) se marca las silla en el lugar o los lugares en que se debe romper y se corta.
- 2) se unen los pedazos con el pegamento.
- 3) se debe utilizar antes de que el pegamento se seque totalmente.

Telarañas: El método más simple es usar dos pedazos de madera, los que se unen con una delgada capa de pegamento y luego se separan. Este efecto se puede mostrar a través de una ventana por ejemplo.

Otro método es hacerlas con polvo talco.

Explosiones, relámpagos : Para estos efectos se usan píldoras de magnesio.

Escenarios de T.V.

El principal propósito al construir escenarios tanto en el teatro como en la t.v. es crear ilusión de realidad. Sin embargo en televisión el escenario tiene además otros fines.

Muchos de los programas como entrevistas, variedades o comedias se hacen en los estudios y por lo tanto necesitan un escenario, no con el objeto de crear ilusión, sino para decorar el área en que se desarrolla.

Los sets proveen de un agradable fondo para la acción. El escenario no siempre es bello, sino que se hacen de acuerdo al programa.

- 1) noticias.-2) Entrevistas.-3) Programas de foros.-
- 4) Acontecimientos especiales.-5) Comentarios políticos.-
- 6) Noticias del tiempo.- 6) Programas religiosos y
- 7) Shows musicales.

Requisitos de un escenario de t.v.:

El primer requisito es que el escenario debe tener una iluminación correcta. (más adelante me referiré a la luz).

El segundo es que pueda ser montado y desmontado en forma rápida, según las necesidades. Las unidades como puertas o ventanas deben estar hechas de manera tal que permitan una colocación y sacada instantánea.

Otro requisito es que el escenario sirva como un buen marco para los actores.

Métodos para el uso de escenarios en t.v.:

1) A veces se usan set permanentes para diferentes propósitos. Hay muchos programas en los cuales el set es un fondo y con unos pequeños cambios, como diferentes cortinas o decoraciones distintas en las paredes, se pueden usar para varios programas; un show infantil, una demostración de jardinería, etc.

Generalmente los estudios de t.v. tienen dos o más set permanentes, mientras uno está siendo usado en un programa el otro se está redecorando para el siguiente programa.

Los set permanentes tienen ventajas para las estaciones pequeñas por las siguientes razones :

- a) se pueden usar para más programas en el día.
- b) resuelven el problema de espacio, ya que decorados con materiales desmontables, estos ocupan menos lugar al guardarlos.
- c) lucen mejor, ya que se utilizan materiales livianos en su construcción.
- d) es más fácil montar un set desarmable.

Los set permanentes también tienen sus desventajas:

- a) si no se cambian algunos adornos del decorado, parecerá que los diferentes programas ocurren en el mismo lugar.
- b) no son útiles para programas dramáticos, ya que ese tipo de programas son escritos para un determinado escenario.

2) Otro sistema que usan los canales de t.v. es la construcción de áreas permanentes en el estudio.

Por ejemplo en una área hay set para noticiario, programa culinario, programa infantil, es decir para cada tipo de programa. Los escenarios van colocados preferentemente en el mismo orden que la programación, a fin de evitar que las ca-

maras tengan que trasladarse a distancias muy grandes.

Decorados :

Planos colgantes. (telones) Estos planos estan hechos de cañamazo (lienzo delgado) y llevan en el extremo inferior y superior bastidores de madera. En el extremo inferior se coloca una polea lo que permite enrollarlos y desenrollarlos. Se usan como fondo de las escenas. Llevan pintadas diversas escenas.

Cortinas: Son el fondo tradicional para los actores en el escenario Es uno de los elementos más socorridos, porque sirven para todo tipo de programa.

Plataformas: es otro elemento muy usado . Algunas tienen peldaños para permitir que los actores se coloquen a distintas alturas.

Combos: Se usan para separar distintos ambientes.

Los murales: sirven de fondo. El efecto es mejor si se proyectan

Métodos para cambiar en forma rápida el escenario:

1) Se coloca sobre una plataforma diferentes sets a cada lado, luego para cambiar de set bastará con hacer rotar la plataforma que es giratoria.

2) Otro método muy usado son las escenas en un tren. Se decoran los vagones en forma diferente. Luego la cámara va de un vagón a otro, sin necesidad de estar cambiando el decorado.

Trucos:

a) el escenario se mueve y pareciera que el que se mueve es el actor.

b) En el fondo de la escena se proyecta una película con postes , escenas de campo, etc; los actores sentados en el interior de un auto parece que fueran en una máquina en movimiento.

Diseño de escenarios en T.V.:

El diseñador debe conocer el tema, el lugar y la época en que se desarrollará. El director debe además indicarle el movimiento de los actores

Debe conocer el estudio en que se ubicará el set para saber las limitaciones, la altura y las áreas que tengan poca luz.

Poseyendo todos estos datos hará un esquema o plano a escala.

El paso siguiente es la preparación de los sets, elementos elevados que se usaran y decoración de pisos. Con anterioridad deberá conocer el stock de elementos con que cuenta para la decoración y cuales deberá adquirir.

Finalmente se procederá a la construcción del set, previa autorización del director.

Luzes en T.V.

Hay dos teorías acerca de las luces:

1) La escuela técnica y 2) la escuela artística.

1) los primeros se preocupan del óptimo funcionamiento del equipo electrónico. Acusan al fotógrafo de creer que está en un set de película. Critican al director que insiste en los efectos de las luces. Ellos creen que basta con que la luz sea agradable.

2) Los defensores de la segunda escuela consideran la luz desde el punto de vista de la creación .

En muchos canales la luz está a cargo del ingeniero. En otros hay especialistas, iluminadores, que conocen tanto los aspectos técnicos como creativos de la luz.

Según quién esté a cargo de la luz será el criterio que se usará en la iluminación.

Resumiendo los objetivos técnicos en t.v. son:

- 1) Iluminar la escena antes que la cámara enfoque el set.
- 2) usar buenos efectos técnicos, un real equilibrio de luz y sombra y efectos puros.

Los objetivos son:

- 1) Ayudar a formar una composición agradable por la correcta distribución de la luz y sombra.
- 2) Dar la sensación de realidad que se necesita en el set: luz de luna, rayos de sol, luz de las llamas, etc.
- 3) Producir efectos dramáticos.
- 4) Ayudar a lograr profundidad en la escena. Destacar los objetos su redondez o sus dimensiones. Separar los objetos colocados en los primeros planos y en los planos de fondo.
- 5) Ayudar a separar el set con el uso de luces altas, bajas, etc.
- 6) Dar belleza y glamour a los rostros de las actrices por medio del uso de luces suaves.
- 7) Corregir la mirada de un actor. Destacar lo mejor de su cara.
- 8) Cuando se requiera exaltar la fealdad.

Las luces de escena Son de dos tipos:

- 1) Luces generales o de fondo.
- 2) Luces específicas.

Las luces de fondo: provienen ~~de la parte alta~~ de la parte alta. Están colocadas en el borde del techo del set.

La iluminación específica: es la de los reflectores que cubren ciertas áreas con el propósito de dar forma a los objetos y profundidad al set.

CLASES DE ILUMINACION:

1) Luz de fondo: es el único tipo de luz que es propia de la t.v. Se usa para el funcionamiento de las cámaras de t.v.

2) Luz dirigida: es la luz dirigida hacia arriba, que ilumina las partes altas. Da sombra a los actores y da forma a los objetos.

Para algunos efectos el iluminador se coloca sobre, al lado o debajo del objeto.

3) Luz abundante: (fill) Se usa con el propósito de iluminar áreas oscuras.

En t.v. no siempre es necesaria ya que esta la luz de fondo. ES, una luz suave y difusa.

4) Contaluz: (luz de atrás) Se llama ~~así~~ por la dirección desde donde proviene.

Esta luz se coloca sobre los objetos, en oposición a la cámara y cae sobre la cabeza y los hombros de los sujetos.

El efecto es de halo de luz sobre pelo y los extremos de los hombros.

Da una luz irreal.

Es la luz que tiene más intensidad, proviene de reflectores incandescentes.

5) Luz para el fondo: Algunas veces se requieren efectos especiales de luz para el fondo del set, como por ejemplo arcos de luz y sombra. Las variaciones de luz en el fondo son de gran ayuda en la construcción de escenarios.

Otros tipos de luz.-

Luz acentuada: luz para fondo que puede provenir de un costado del

set. Iluminación desde arriba.

Kicker light: Se usa generalmente desde los costados. Los reflectores se colocan distantes entre si, ya que la luz es muy intensa.

Luz cruzada: luz que atraviesa los objetos, es de modelaje y proviene desde el frente y el costado del set.

Luz de las orillas: luz trasera.

Luz de las esquinas: luz trasera.

Luz de ropas: en películas luz adicional que se usa para oscurecer la ropa de los actores.

Luz de los ojos: Es una luz especial que se refleja en los ojos de los actores. Solo es útil en primer plano. Sin esta luz los ojos aparecen como muertos.

duroza de la luz.

Cualidades de la luz; Por cualidad se entiende la suavidad o

El factor que determina la cualidad de la luz es el tamaño de la fuente de luz.
Las luces duras forman sombras largas, agudas.

Una luz suave proyecta en la cara del actor sombras suaves o no proyecta sombras, depende de la suavidad.

La luz suave es más favorable para las actrices que la dura.

La luz abundante es más difusa que la la luz de fondo. Estas luces dan brillo. La intensidad es el primer requisito.

Intensidad de la luz:

Es necesario medir la intensidad de la luz. Se debe ensayar la posición de las luces y las áreas que cubrirá, para que estas condiciones puedan ser reproducidas con rapidez. La prueba final de las luces es el cuadro que aparece en el monitor.

La intensidad de la luz se mide por pies de iluminación.

1 lumen cantidad básica de luz.

Fuentes de luz: Hay cuatro tipos básicos de fuentes de luz, sobre los cuales se construyen las lámparas.

La fuente de luz es el material luminoso sin el cual la lámpara no podría emanar luz.

1) Filamento incandescente. -2) gas. -3) Arco de carbón. -4) Tubo fluorescente.

Instrumentos de iluminación: Se caracterizan por la distribución de la luz al salir.

1) Banco fluorescente: conjunto de tubos fluorescentes.

2) Socavado incandescente: es un flujo de luz que tiene la forma de rayo.

3) Banco de bulbo de reflector interno.

4) Luces de escena.

Efectos especiales de luz.

Luz de llamas: La luz que proviene de las llamas de la chimenea se refleja en el rostro de los actores. Se coloca un reflector en el suelo, para que la luz caiga sobre los rostros. Se corta un género en tiras que, se clavan a un palo y se mueven frente a la luz.

Luz que se filtra a través de la ventanilla de un tren; El efecto se consigue poniendo un disco giratorio frente a la luz. (sombras).

Se usa en primeros planos. Si se quiere registrar las sombras se coloca atrás papel tisú o de otro material transparente.

Estravagancias y luz grotesca. Cuando la luz viene de un ángulo inusual, se producen efectos raros.

Efectos siniestros, escenas en el infierno, caracteres grotescos, se obtienen con luces bajas.

Iluminación de texturas: Una luz dura sobre una superficie, marcará todos los detalles.

EL SONIDO.

FORMAS DE SONIDO:

Audio es lo que se escucha.

Grabar el audio es un trabajo altamente especializado que requiere "un buen oído", sentido de las cualidades y un adecuado balance de sonidos. Una gran habilidad es otro requisito previo junto a conocimientos musicales ayudado por un sentido cabal del tiempo.

Señal de audio: Es un término de T.V. para el sonido en difusión. Este término puede incluir; Sonido Vivo: cuando se recoge el audio directamente, como actualmente ocurre. Sonido Grabado: audio previamente depositado en cintas magnéticas o grabado, y Sonido Filmado: audio grabado en películas.

La palabra audio es poco usada en la industria filmica que prefiere usar SONIDO: Este incluye todo lo que se oye; como voces, música y los sonidos del auditorio o Efectos Sonoros; que son todos los sonidos menos la voz y música. Ej. desde un crujido de una puerta, un choque, el pito de un tren, pasos, etc. Acústica: Es la ciencia del sonido, el campo de conocimiento de su origen, transmisión y efectos. El término es especialmente usado en film y T.V. para referirse a las características del lugar; y estas dependen del tamaño, forma del lugar o estudio en que se ha grabado.

RUIDO: Tiene mucha importancia en el trabajo del audio. Se refiere al sonido no deseado en una grabación o recepción de un programa.

Grabación o sonido grabado (Recording or Sound Recording). Es un verbo de Hollywood para el acto de transcribir parte del audio de un film. La banda y equipo usado en este trabajo se encuentra en un departamento de producción y el sonido recibe también el nombre de "Sonido listo para el rol".

Sound Stage: Se refiere al estudio en el cual el sonido ha sido tratado acústicamente y "silenciado" (esto significa; que la banda ha sido forrada con un aislante, para aislarla de sonidos extraños).

Sound Track. Banda Sonora. Es un término filmico para la grabación del audio, que se usa con el film.

En la película la banda sonora llega a ser una angosta banda visual que está imprimida a lo largo y en la orilla del film. Puede llamarse también Sound Image porque es la versión fotográfica del sonido, pero generalmente se le llama Track.

Técnicamente se puede escuchar el término 100-mil tracks; esto se refiere a la película imprimida con la anchura standard (1/10 pulgadas) de la banda sonora.

Sound Film: (Sonido de película) se refiere a la compaginación, montaje de la película con el sonido grabado en ella; algunas veces está indicado como ~~S.O.F.~~ S.O.F. (sonido en el film), para distinguirlo del S.I. ó N.S. (ningún sonido) silencio de impresión. Estas marcas indican al ingeniero de audio en T lo que necesitará un audio en vivo, cuando se transmite.

Las técnicas del audio incluyen varios tipos de grabaciones: Sonido directo

o grabación directa, significa que tanto el sonido como la imagen son grabadas simultáneamente, de aquí que el sonido iguale los labios en movimiento. Secuencia del diálogo también se llama Sonido Sincronizado (porque el cuadro y el sonido están sincronizados). Si la imagen y el sonido resultantes son compaginados impropiedades se le llama fuera de sincronismo.

Sonido no sincronizado, banda salvaje o sonido salvaje. Indican una grabación hecha sin que la imagen se fotografíe simultáneamente. Esta voz debe usarse con la película sin sonido, y se llama Voz Adelante, o sonido narrado, cuando es usada en un comentario o narración.

Regrabación o Dubbing es el proceso de combinar previamente bandas de sonido completas, ajustando diferentes escenas a idénticos niveles de volumen o combinando las características auditivas de sonidos grabados previamente. Es posible grabar la voz (hablada o cantada) antes de filmar, o hacer el montaje en la transmisión en vivo. Recibe el nombre de Pre-grabación, en contraposición a Post-Grabación que indica al sonido (No sincronizado o voz lanzada) que es grabada después que se filma.

Post-sincronización indica ^{que} el movimiento de los labios está sincronizado con la voz (o la acción con los efectos sonoros), esto se realiza después de la filmación y también se le llama Post-Dubbing (regrabación). De manera que si una voz no es satisfactoria en la grabación original directa, es posible regrabar la voz. Esto se realiza filmando la escena, en lo que se llama curva continuada, la que se proyecta una y otra vez para el nuevo actor.

La acción de los labios se ensaya hasta que pueda grabarse la voz, y esta acoplarse. A veces la voz que se grabó con la imagen, llamada Banda Extrema, se escucha para establecer altura e inflexión para la nueva voz. Esto no debe confundirse con banda de golpe, que es una banda sonora que tiene golpes periódicos, como un metrónomo, para guiar el tiempo a los cantantes en una post-sincronización u otra sesión de grabado.

Las películas extranjeras se hacen entendibles doblando cuidadosamente nuevas palabras al movimiento de los labios. Este doblaje es muy usado para cubrir cualquier regrabación de material audio.

Personal y métodos de grabación

El ingeniero de audio es responsable de la calidad técnica y física del control del sonido, este es recibido en la sala de control por el hombre clave del estudio Boom Man, que maneja el micrófono, el tocadisco, el sonido. En los estudios de T.V. el encargado se llama Mixer. El ingeniero de sonido que controla el balance y calidad del sonido grabado, está escuchando con audífonos desde su escritorio con vista al set.

El sonido es llevado por cintas magnéticas al equipo grabador del film en el estudio del departamento de sonido; en algunos caso el sonido cambia en su trayectoria, ahí tenemos al hombre llamado grabador de sonido o registrador manejando la grabación física del sonido en cintas magnéticas.

Las cámaras para grabar sonido, en sincronización con los labios, son de dos clases: Sistema doble y sistema único.

Sistema doble (Double system) indica que el mecanismo de grabación de sonido está separado de la cámara, pero con las palabras sincronizadas.

Sistema único es aquel en que la película y el sonido es grabado al mismo tiempo.

Cinta magnética o Tape. es usada en film y T.V. en vivo, como así mismo en radio.

V.T.R. o Video Tape Grabación: Es el moderno método de grabación, en que se filma y graba simultáneamente en una cinta magnética.

Alambre magnético (Wire Magnetic) es el primitivo método de grabación, que consiste en desenrollar un alambre metálico. Ha dado origen la cinta magnética, rastreador magnético, también llamado banda magnética (Magnetic Tracking or Magnetic Striping); Es un método por el cual se completa la película sin sonido. Se proyecta el film y el área de la angosta banda de sonido es revestida con óxido de hierro. De esta manera se fija la grabación magnética en la banda de sonido y puede ser mostrada inmediatamente en un equipo de proyección que posea una banda magnética de reproducción.

Este método permite un rápido borrado y una regrabación de diferentes bandas sonoras en un mismo film, para trabajos experimentales, de oficina, etc.

~~En T.V.~~ En T.V. son preferidas las bandas de impresión ópticas. En las películas el método usado antes del desarrollo de la cinta magnética era el Sound Film Recording (Sonido de película), que aún continúa en uso. El equipo de sonido está sincronizado con la cámara filmadora, los discos en el film están procesados como una banda óptica (optical Track), llamado así porque se puede ver las modulaciones del sonido.

Existen dos tipos de bandas ópticas: Area variable también llamada banda R.C.A., porque fué promovida por primera vez por la Corporación de Radios de América. Se distingue por una línea ondulada, movible. El ancho de la ondulación depende de la intensidad del sonido.

Densidad Variable : o banda eléctrica occidental, o Westrex debido a que fué usada por primera vez por la Western Electric. Se distingue por filamentos de distintas densidades, donde se observan más oscuros y más claros, la densidad nos mostrará la intensidad del sonido.

Disc Recording, Grabación de discos: Son planos, del tipo circular (como los discos de fonógrafo) que se tocan en una mesa giratoria. Se clasifican de acuerdo al material usado en su producción: Un Lacquer o en acetato que se refiere a las superficies de plástico sintético en una base de aluminio, que se usa exclusivamente en la grabación de un original. Vinylite o Vinyl es el nombre industrial para obtener copias. Shellac nombre del material usado en los discos de fonógrafos. Después de 1940 aparecieron Wax, Platter, Pressing.

En T.V. existen tres métodos de grabación: Cinta Magnética, film óptico y disco. La cinta posee más alta fidelidad. Se puede perfectamente cambiar o transferir de un método a otro o combinar los tres. Ej. Se puede grabar voces en cinta magnética, música en film y ciertos efectos sonoros en discos.

EQUIPO DE SONIDO

Sea película, televisión o radio, el sonido es recogido primero por un micrófono (el instrumento que convierte el sonido en ondas de vibraciones eléctricas).

Los microfónos se clasifican en: Unidireccional, llamado también Direccional Mikes, recoge sonidos sólo de áreas directas (no es sensitivo a otras áreas no deseables); y No-direccional o Multidireccional Mikes, este tipo de microfónos recoge sonidos de todas partes.

Aparte de esta clasificación, existe otra, de acuerdo a las formas de los aparatos: Acorn Mike que no es más grande que una bellota. Eight-Ball Mike que tiene la forma de una pelota de billar. Lapel Mike es usado en la solapa de la chaqueta, el Hand Mike es llevado en la mano, y el Gooseneck o Gallows Mike que está suspendido y se conoce más con el nombre de Boom. A pesar de los numerosos nombres que tienen estos aparatos, existen sólo dos tipos de Mikes o microfónos: Dead Mike, que no está conectado al circuito de operaciones y el Live Mike, que está conectado. Este último es también llamado Hot Mike ya que está conectado directamente con el estudio donde está el director y cualquier opinión que este dé en grabaciones o ensayos puede grabarse simultáneamente.

El sonido es llevado desde el micrófono por una o más líneas, o cables a la Console o mixing Panel o Control Panel, donde el ingeniero de audio mezcla la grabación en el film. o en la T.V. en vivo.

La consola, panel mezclador, o panel de control son términos designados para el equipo donde el ingeniero de audio controla la calidad del sonido.

El dial indica el volumen del sonido desde varios microfónos o recursos, y un mesón con distintas perillas permite el control de volumen y calidad.

Pot (potenciómetro) es una perilla que sirve para dar sonido a los microfónos. Cada micrófono tiene un potenciómetro, desde el cual se elimina o da paso a esa fuente de sonido.

Contador de unidades de volumen, Volumen Unit Meter, o Indicador de volumen, son términos para el dial que muestra el volumen del sonido. Esto permite al ingeniero ver el volumen, como la continuidad del sonido golpea el puntal que indica la elevación del tope.

Amplifier: amplificador, es el término para el aparato que aumenta el volumen del sonido, llevando al más alto nivel sin desmedro de la calidad.

Selsyn: es un motorelectrico de sincronización, usado para entrelazar la proyección, grabación o mecanismo de cámara.

Exciter Lamp: es la lámpara incandescente en el mecanismo de reproducción del sonido (un proyector de film por ej.) que reemplaza la luz que causan las células fotoeléctricas, para convertir el vestigio del sonido óptico en ondas sonoras, para el parlante.

Términos y Jergas

Raw Tape o Virgin Tape: Cinta magnética antes de haber sido grabada.

Decibel: Es la unidad que mide el cambio de intensidad del volumen. Es la unidad más pequeña que puede captar el oído humano.

Fade: (Up o Down) Esfumar. Son palabras de mando, para cambiar gradualmente el volumen de sonido. Este mismo término es usado para el control de densidad de la película.

Bring it ~~xxxx~~ (sacar) es otra manera de decir Fade up.

Take it down (bajar) es la otra forma de decir Fade down.

Board Fade : indica un fade down de todo el sonido del estudio, que es hecho desde ~~por~~ la consola del ingeniero.

Level (nivel) se refiere al volumen. High level o alto ~~xxxxxxx~~ ^{nivel} se podría decir alto volumen.

Gain: se refiere a los niveles de volumen. Bring up ~~the~~ gain significa un aumento de volumen. Riding gain, es el trabajo del ingeniero de observar el dial, que indica los niveles de sonido y ajustan las perillas del compensador.

Bellow the Threshold : Es el término para designar un sonido demasiado bajo para grabación. In the Nurd es la jerga para el sonido, que puede ser escuchado, pero que no se distingue claramente.

Modulation: son las ondas de sonido, que en sus diferentes formas pueden ser oídas, vistas y medidas. Over modulation, es una distorsión en el sonido causada por el volumen demasiado alto.

Fidelity Se refiere a la evaluación de la exactitud del sonido en el original. Una grabación puede tener una buena fidelidad, significando que es un excelente reproducción, o pobre fidelidad si es baja.

Balance: se refiere a la propiedad de localización y manejo de micrófonos en la grabación de instrumentos de una orquesta por ej.

Los estudios de grabación son construidos científicamente, para no dar demasiado pero algo de eco, o reflexión del sonido, desde las murallas. Los ingenieros se refieren a esto como un "tiempo de bajo eco" "low reverberation time". En algunos casos, ciertas murallas son diseñadas con superficies curvas para difundir la reflexión del sonido, como oposición las murallas pueden completarse con absorbentes de sonidos.

Se dice que un estudio es claro, brillante o vivo, cuando se ha moderado el sonido junto a el alto eco o claridad reflejada. Cuando un sonido es absorbido completamente, se dice que el estudio está muerto.

Dampen: Término usado para retardar, amortiguar el eco del sonido en un estudio. Esto se hace con alfombras, cortinas y otros amortiguadores de sonidos.

Echo Chamber se refiere al recurso por medio del cual se da el efecto de eco simulado, que puede ser escuchado en un gran vestíbulo o caverna. Este puede darse poniendo un altoparlante en una superficie estrecha, en una pieza de superficies duras y recogiendo el sonido con otro micrófono como una reverberación en la radiodifusión.

Filter Es un término que da ciertas cualidades a la voz. Ej. dar la impresión de una voz en el teléfono.

El Micrófono

El micrófono que en la radio es lo principal, en la T.V. muchas veces es un visitante inoportuno capaz de enfriar el más ameno programa.

Todos los estudios de T.V. están equipados de tal forma que se recoge el sonido con gran seguridad, pero los elementos que se necesitan para la integración de un programa hacen que el sonido se complique extraordinariamente,

Los backing que se utilizan de fondo, los ruidos parásitos que abundan en el estudio contribuyen, unidos a la alta perceptibilidad de los micrófonos que se utilizan en T.V. a crear muchas veces un ambiente peligroso, desde el punto de vista del audio,

En un programa dramático el audio determina generalmente la acción y obliga a mantener una constante preocupación para que llegue una información hablada o de sonido, limpia y clara al televidente.

Desde el punto de vista de una buena técnica de construcción de libretos de T.V., el audio debe servir para acentuar la imagen y en todo momento estar al servicio de ella; una imagen expresiva, con un fondo musical adecuado, aun suponiendo que el actor no hable, determina por su expresión el mensaje que se pretende enviar. Una imagen gráfica que exprese una situación dada crea un impacto emocional capaz de ofrecer al público la intensidad del actor, pero si está reforzada por un diálogo lleno de intensidad y nítidamente recibido por el público, el mensaje será mejor.

Generalmente un estudio está equipado con un Boom. Su construcción mecánica permite que un operador lo pueda manejar en determinado ángulo y a determinada altura, permitiendo así captar varios ángulos del estudio sin complicaciones. Su fácil manejo permite seguir a un actor en un área bastante grande, pero también con su facilidad y su utilidad ofrece el siguiente peligro: que el Boom-man u operador que lo maneja se descuide y salga en cámara. Se debe situar en un lugar preferente el boom y no sacrificarlo por una toma dada. El boom-man al igual que el operador de audio, deben conocer con anterioridad todas las peripecias de la trama, una escena previamente ensayada no debe ser variada sin comunicarlo a ambos elementos. No deben usarse grandes distancias entre los actores, pues crea un problema de alcance al boom en relación con el audio, pero tampoco debe montarse escenas en que los actores mantengan una posición tan cerrada que anule un efecto escénico agradable.

En los programas cómicos tampoco es agradable a la vista los micrófonos, debe tenerse en cuenta las indicaciones para los programas dramáticos, pero hay que preocuparse más ya que estos programas son esencialmente hablados.

En los musicales se nos ofrece un campo más peligroso para el audio. El público desea junto a una imagen bonita, recibir un audio con buena fidelidad. En los programas musicales no tiene ninguna importancia el sacar en cámara un micrófono, quizás esa misma necesidad del público de obtener un buen audio musical le hace comprender la presencia de un micrófono en cámara. Específicamente en orquestas populares donde se usan trompetas, la presencia del micrófono es casi determinante en el piano y el bajo, para que estos instrumentos no se pierdan dentro del conjunto total. El micrófono es indispensable cuando se realiza un programa con un cantante "crooners" "voz susurrante y melodiosa" la orquesta taparía la voz.

Es indispensable buscar un punto medio entre la imagen plástica agradable unida a un buen audio, así como es desagradable ver un close-up de un instrumento tal y escuchar el sonido de otro.

En los programas de pñeles no importa la colocación de un micrófono en cámara, ya que el público ésta en el mismo estado de ánimo que en los musicales y debe estar informado de todo el diálogo que se desarrolla.

El operador de audio vigila la calidad del sonido y es el quién decide la colocación de micrófonos adicionales, cuando el boom no puede llegar a determinada área.

Para evitar la proyección de la sombra del boom o micrófonos sobre el fondo, debe colocarse la luz en relación al movimiento o posición de los mismos, es decir, se instalan los micrófonos fijos y se determinan el movimiento del boom, de acuerdo a esto el luminotécnico ilumina las escenas.

En un close-up, el micrófono puede mantenerse cerca del actor sin dificultad debido a que el campo de acción de la cámara es cerrado, no así en el medium shot, donde debe subirse el boom un poco más; en el long shot, el micrófono o boom debe mantenerse bastante más alto, porque el radio de acción de la cámara es bastante más amplio.

El "Play-back" se utiliza por dos razones: 1.- Para mantener una mejor reproducción de la música; y 2.- Ahorrar espacio físico en el estudio, partiendo de la base de que ~~se~~ dobla perfectamente la canción en cámara mientras se pasa el disco, pero el mensaje emocional llega completamente frío, debido a que el doblaje casi nunca responde al grabado.

Tanto en cine como en T.V. existe la inquietud por obtener de acuerdo con la imagen en perspectiva, los mismos planos de sonido en relación a los distintos elementos que se mueven en el set. Inquietud fundamentada en una razón lógica auditiva, pues no escuchamos con la misma intensidad la voz de una persona cuando se encuentra ubicada a un metro de nosotros, que cuando está a seis metros de distancia.

Es recomendable mantener un nivel alto del audio, con débiles cambios de volúmenes en relación a la distancia, sin que esto implique para el televidente que tenga que estar variando continuamente en su aparato su entrada de audio, pues crearía en él un estado de ánimo adverso al programa que está viendo.

El Diálogo en T.V.

El diálogo corto es preferible al largo, ya que este último cansa y hace estática la situación.

El diálogo de T.V. no se usa como el diálogo en el teatro. No es tampoco un cambio constante o ininterrumpido de ambientes y escenarios como en el cine. Es un término medio, en que se usa el diálogo, no para expresar reacciones de los personajes, sino simplemente para establecer la situación que debe resolverse con acción, no tan rápidamente como en el cine.

El escritor de T.V. debe manejar diestramente los elementos del medio televisivo, problemas concretos de ensayos, límites de tiempo, escénicos y de reparto. Y debe solucionarlos todos, aunque muchos de ellos, especialmente los técnicos, no aparezcan durante la redacción del libreto, sino cuando se trate

de producirlo. Para ello debe estar seguro de la línea de desarrollo que relata, de la continuidad de sus escenas, del diálogo, amén de la ~~continua~~ visualización sin olvidar para quién lo escribe. Debe usar, oído y vista combinados. Aparte de la inspiración, imaginación etc, el libretista debe tener en cuenta la parte técnica, mecánica. No debe conformarse con que sus libretos sean procesados por guionistas, debe ser capaz de escribir sus propios libretos; para esto debe tener en cuenta:

- a) Es conveniente que pase horas y horas en los ensayos, mirando monitores, escuchando advertencias y modificaciones del director, así como las indicaciones de los personajes.
- b) debe estar en la cabina en el momento que el programa está saliendo al air y fijarse en las ~~indicaciones~~ que dá el director al camarógrafo, sonidista, coordinadores y actores.
- c) debe conversar e intercambiar ideas con el personal de iluminación y escenografía. Es la única manera de conocer las posibilidades del estudio.
- d) debe tener siempre presente que algunos de sus problemas pueden ser solucionados por el personal técnico.

El diálogo nunca debe usarse como materia de relleno. Debe utilizarse de acuerdo a las circunstancias, por ej: Las escenas sentimentales en T.V. deben resolverse con acción, expresiones, miradas. Hay que hacer hablar a las personas ~~de~~ acuerdo a su posición cultural, económica, social. El lenguaje llano, simple, sencillo, tal como corresponde a cada personaje es el más indicado.

En el desarrollo de una obra, en que los personajes necesariamente tengan que hablar, esto debe hacerse con el mínimo de palabras, usando las más expresivas y emocionales y un máximo de mímica.

Desde el punto de vista del telespectador existe una posición crítica con que enfrenta lo que ve, esto debe tenerlo muy presente el escritor. Para esto debe utilizar inteligentemente el diálogo, de tal manera que en forma imperceptible provoque el paso de la actitud crítica del televidente a la posición emotiva necesaria para ser identificada con los personajes y con la acción que se desarrolla.

"La esencia del diálogo televisivo consiste en crear un puente entre la racionalidad (actitud primaria del espectador) y la emotividad (contenida sobre todo en la imagen), con varias ~~excepciones~~ para dar lugar a una actitud de participación y de control a la vez,

BIBLIOGRAFIA

Techniques of Television ProductsRudy Bretz.
 Designing for TelevisionRobert J. Wade.
 Cuadernos de T.V. N. 1Fernando Alvarez.
 Television WritingRobert S. Greene.
 The Television ProgramStasheff and Bretz.
 Television ProductionHarry Wayne McMahan.

DIRECCION DE T. V.
"El desafío de la pantalla"

El drama en televisión es incuestionablemente el más arduo, más difícil, más frustrante, sin embargo es el trabajo más exitante; cualquier hombre que aspire a ser director debe conocerlo. Esto que se intenta semanalmente parece imposible; cuando llega el momento de la transmisión, se ve el resultado desaparecer, fragmento a fragmento, como las manecillas del reloj del estudio se deslizan, fuera del drama que ha tomado semanas en realizar.

Para el director de T.V. no existe una gloria duradera, no está seguro de obtener una renta semanalmente; aún cuando un drama o película continúe teniendo una audiencia de cientos o millones de personas. ~~Nada~~

Las demandas que el medio hace, todos los apresuramientos, la escasez de tiempo y de medios, no disminuyen la excitación, el nerviosismo y la sensación que acompañan a la dirección del drama en T.V.

Algunos de los problemas con que se enfrenta el director de T.V. y que hace este trabajo tan complejo:

El director ha estado trabajando en un nuevo medio, mucho de los pasos que el debe dar son experimentales. Debe trabajar con técnicos, ~~en~~ escritores, actores y diseñadores. Está a cargo de un gigantesco número de personas que comprende desde el ingeniero hasta el utilero, para el trabajo de organización, dirección y creación.

En la dirección para el teatro el contacto entre el director y el público es a través de los actores, sin nada entre ellos excepto las cortinas. La dirección para películas es totalmente diferente. Ahí el contacto no es inmediato, primero viene la cámara entre el actor y el público. Las tomas se repiten y repiten hasta que se obtiene el mejor resultado. En el cuarto de compaginación es donde se realiza la mayor parte del trabajo e innumerables otras facetas se agregan a él. Como los efectos sonoros, música, etc. El resultado puede ser a veces magnífico, sin embargo no es una forma directa de crear.

La T.V. combina las técnicas del cine, con la ~~max~~ individual excitación del escenario del teatro en un nivel más avanzado. En T.V. uno tiene que permanecer totalmente concentrado frente a lo que se está viendo. Al mismo tiempo debe estar pensando en la cámara, eligiendo la música apropiada, los efectos sonoros; trabajando con los ingenieros, observando las luces y sombras.

La T.V. implica la rapidez de tener que decidir en breve tiempo, mientras que en el cine la solución de los problemas puede tomar semanas o meses, y aún rehacer las cosas si no se está satisfecho. Estos son algunos de los problemas específicos que debe resolver un director de T.V. Cada uno puede ser resuelto de diferente manera, depende del director, pero ninguno puede eludirlos.

A.- "Libretos"

La elección del libreto está generalmente en manos del productor, pero es el director quien juzga el potencial de la historia y es raro que un libreto escogido se efectúe con la oposición del director.

Uno de los problemas en el campo de los libretos, es el limitado número de escritores que tienen experiencia. El trabajo que realiza el director que está ayudando a un nuevo escritor a finalizar un drama de T.V. es mucho más arduo, que cuando trabaja con escritores especializados; como resultado de esto algunos shows utilizan un grupo de escritores.

Otros programas también tienden a tener contribuidores regulares, aún si no están contratados. El uso de escritores contratados tiene su limitación para un nuevo medio como el de la televisión. Si se hubiese seguido este método desde el comienzo, pocos de los recién experimentados hombres habrían llegado a este campo.

El desarrollo del drama televisivo es mejor llevado si sale de buenos escritores, con o sin experiencia en T.V.; esto significa más trabajo para el director si el escritor es nuevo en este campo, pero el resultado final vale el esfuerzo.

Muchos directores han caído en el mal hábito de tomar un libreto de un escritor devolviéndoselo con una corta despedida y reescribiéndolo ellos mismos. Si un escritor es tan bueno para vender un libreto, debe ser igualmente bueno para rehacerlo, si él no puede hacerlo entonces se compra la idea y se adapta. Un director no debiera tomar un libreto aparte y señalar sus defectos, sugerir remedios; esto debe realizarlo en presencia del libretista y que éste efectúe los cambios. Si el escritor obra inadecuadamente solo entonces el director debe tomar el libreto y hacer la reescritura. Cambios menores en las líneas, inserciones en otras, cortes y otros trabajos de edición están siempre en manos del director cuando se realizan los ensayos, pero téngase al escritor ahí; este hecho ayudará, ya que el escritor podrá conocer lo que se hace y lo que no se puede hacer en contacto con toda la producción.

B.- "Elenco"

La responsabilidad del elenco varía según el show. El director tiene mucho que decir al respecto. Casi siempre todo el elenco corre por su cuenta a excepción de las partes estelares, en el último caso el productor que maneja todo el asunto y está en contacto con el auspiciador, puede desear a una afamada artista en particular, dejando esta elección de alguna forma predestinada. Por lo demás muy a menudo un libreto es comprado con una estrella en mente, de manera que hay factores que influyen en el reparto.

En términos generales el elenco es hecho por el director ayudado por un director de escena y aprobado por el productor.

El elenco es casi tan importante como la historia. Un rol mal elegido, y hay desafortunadamente muchos en T.V., pueden arruinar un show entero. No existen realmente excusas para estas fallas, particularmente en aquellos programas originados en New York pues esta ciudad tiene el más grande repertorio de actores a quien recurrir. Todos los actores piden su oportunidad de ser vistos. Los directores deberían tratar de ver la mayor cantidad posible de estas actuaciones, deberían tener un grupo grande de bien organizados artistas para el uso frecuente. Deberían tratar de ocupar nuevos talentos cada vez que hubiese oportunidad. Estos nuevos rostros poseen un gran estilo y realizan un buen desempeño apreciando la oportunidad que se les brinda.

C. - "Escenarios."

Las preguntas sobre escenificación traen muchas respuestas, hay directores que por ejemplo nunca tienen un elenco listo, pero empiezan los ensayos en frío; hay otros que tienen el drama totalmente situado para la cámara antes de que el ensayo haya empezado. Esto significa que el elenco está condicionado a movimiento y posiciones que puede en algunos casos ser incómodos para ellos, requiriéndole a los actores acciones para las cuales no están preparados.

Los actores deberían leer el drama junto con el director, discutirlo y aún sugerir cambios en el diálogo que pueden ser incómodos para ellos. De esta forma llegan a ser parte del drama, sabiendo quienes son y sus relaciones.

La escenificación debe ser hecha como en un drama continuo, motivado con propiedad, repitiéndose las escenas hasta hacerlas familiares al elenco, con los movimientos naturales y justificado no por la cámara, sino por las demandas del drama en sí. De esta manera el actor sabe quien es, que está haciendo y porqué lo está haciendo. De esta manera su ardua labor de ensayo, de ensayos en la cámara puede aliviarse, ya que su carácter y sus movimientos han sido desarrollados con naturalidad y no artificialmente. Como resultado las escenas resultan más interesantes y generalmente destacan la acción, más de lo que se piensa con un libreto mimeografiado y un plan de terreno.

Se debe ser cuidadoso en la elección y uso de la música, esto debe realizarlo el director junto con el departamento de música.

Para ser un buen director de televisión, debe realizar todos los aspectos del programa personalmente, no dejar nada sin ver.

"Background del director"

El ensayo y la experiencia en el teatro es el más esencial background para un director de T.V. Un reciente desarrollo en T.V. prueba un fuerte, sino concluyente argumento para esta afirmación.

La televisión de ayer fué tan breve, hoy es tan fluctuante y será mañana tan impredecible que hay poca base para juicios objetivos. Una evaluación puede ser tan acertada o terriblemente errada. Sin embargo este riesgo se asume observando que la T.V. ha progresado a través de dos diferentes períodos de desarrollo, cada uno con su propia y dominante influencia, y de esto está ahora emergiendo un tercer período dominado por un nuevo y muy diferente patrón.

En el primer período de desarrollo de T.V. los ingenieros estaban en el asiento conductor; lo que era lógico dado el modo en que este medio fué creado. El problema crucial era hacerlo funcionar.

Cualquier imagen en la pantalla de T.V. era una manifestación de vida. La sustancia de esa imagen era relativamente poco importante, como resultado los ingenieros dominaron otras producciones personales. Escritores, directores, actores y diseñadores sin algún conocimiento de ingeniería eran limitados en su asistencia para con el nuevo medio. Indiferentes a sus e otros talentos, tenían poco en que contribuir.

Llegó el segundo período. Pronto se hizo aparente que se requería algo más que brillantez técnica en la pantalla de T.V.. Todos esos ingredientes no podían ser entregados por los ingenieros. El medio necesitaba ahora de aquellos que habían dejado de lado: escritores, directores, actores y diseñadores.

La falta de conocimiento de los problemas de ingeniería no fué más un factor limitante. Un entendimiento de los valores dramáticos se reconoció como más importante. A pesar de este cambio en el énfasis, los escritores se encuentran menos cómodos que los directores, diseñadores y actores. Habían tantas nuevas técnicas de producción que aprender y perfeccionar que las palabras eran descuidadas. Casi cualquier clase de libreto servía a los propósitos de este medio. Indiferente a sus méritos literarios, eran cortados y reescrito para conformar métodos arbitrarios. Poca consideración se daba al concepto original del autor. A menudo el libreto merecía peor trato, algunas veces no se mejoraba siquiera, esto raramente llevó a l desarrollo de nuevos escritores para T.V. Este hecho preocupó poco ya que toda la atención estaba en la interpretación del libreto. Su creación fué casi ignorada completamente.

Sin embargo, así como los ingenieros se dieron cuenta que brillantez técnica era insuficiente, así también, directores, actores y diseñadores se dan cuenta de las limitaciones de la producción. Saben que la producción no será compensada por una falta de brillantez en las palabras, que no hay sustituto para un buen libreto. Con esto el libretista emerge ahora

como la figura dominante del tercer período del desarrollo de la T.V.

Así el primer requisito de la dirección en T.V. ha llegado a ser la habilidad para tratar con el material de la historia. Desde el momento que el teatro provee el único terreno para este entrenamiento adecuado, es evidente que el mejor Background para el director dramático de T.V. es el teatro.

Es sólo en el teatro donde el director aspirante tiene el tiempo y las facilidades para experimentar en la selección del material temático. Ahí puede aprender con poco costo de tiempo y dinero y puede captar los interminables problemas que existen.

Aquí puede dirigir el primer libreto de un nuevo drama o el reestreno de un drama clásico. Ahí puede exponer los valores intrínsecos de un buen drama o adornar los defectos de uno malo. Ahí puede adaptar un libreto de otro período a uno de gusto actual o dirigir un libreto corriente en un estilo muy contrario al original. Todas estas variadas experiencias pueden lograrse en el teatro.

Desde que la contribución de un actor afecta en forma tan vital la realización de los verdaderos valores de un libreto, el segundo requisito de un director de T.V. ha llegado a ser la habilidad para tratar con el actor. Otra vez el teatro resulta ser el mejor profesor. Ahí un director puede guiar un elenco amateur en un buen libreto, o a un elenco profesional en otro pobre. Ahí el director puede aprender los problemas de dirigir malos actores en malos elencos o buenos actores en malos roles. Ahí puede dirigir un elenco de confusos extranjeros en un estadio, un elenco de niños sin privilegios en un club, o un grupo de bien pagados actores en una granja.

Esencial como es el teatro para el problema fundamental de la dirección en T.V., eso no elimina la necesidad de enfrentar los muchos problemas técnico del medio. Ej. escenarios y trajes que aparecen inadecuados al juzgarse en el estudio de T.V. por ojos teatrales, asumen su importancia al verse por la cámara. Debe recordarse que la cámara rara vez capta escenarios o vestuarios en su totalidad, como sucede en la escena. Por esta razón las necesidades de la T.V. son servidas a menudo por un actor o un set parcialmente arreglado.

Probablemente el más exasperante arreglo que debe hacerse en T.V. es el reloj. Ningún ingeniero, director o escritor podrá evitar su completa dominación. Un telón de teatro podrá alzarse o caer un minuto o dos después del tiempo asignado, pero nunca un fade in o un fade out en T.V.

La habilidad para ajustarse a este problema técnico de T.V. puede ser rápidamente superado por un director competente.

Queda el hecho de que se mantiene como primer requisito la habilidad del director de T.V. para tratar con el material temático. El teatro provee el único medio adecuado para lograr tal habilidad.

NUUESTRA REALIDAD TELEVISIVA.

Durante los diez últimos años la televisión se ha desarrollado tan rápidamente dando como resultado el nacimiento de nuevas técnicas como son el periodismo televisivo, los teletatros, etc. La radio ha dado dinamismo a los medios de comunicación transmitiendo las impresiones de testigos oculares, en palabras que se comunican oralmente. L. F. V. en cambio traslada al auditorio al campo de acción, al lugar de los acontecimientos, y les transforma en cierto modo en testigos oculares de ellos.

Las necesidades de filmación, preparación de escenarios y de sets permanentes ha crecido el arte de representar y visualizar imágenes en términos fílmicos. Todo esto ha traído una gran complejidad, es indispensable lograr coherencia entre imagen y sonido, a fin de que surta una visión integrada. En el campo televisivo estamos apenas explorando los alcances y limitaciones del medio, así por ejemplo se ha comprobado que la visión es tan poderosa y dice tanto, que en ocasiones debe ser restringida, otras veces la visión no dice lo bastante o falsea los hechos. Se están buscando nuevas formas para las cámaras, y todavía quedan muchos problemas sin resolver. Transformar en términos visuales, inteligibles, hechos que se originan donde las cámaras no pueden llegar.

Ante este panorama de la televisión mundial nuestro medio se encuentra a años luz de distancia, ya que en nuestro país se trabaja en base a filmaciones extranjeras, salvo excepción de algunos programas que por supuesto adolecen de muchos defectos. Hay falta de programas nacionales y por consiguiente una gran divulgación de series especialmente norteamericanas, hechas para otra mentalidad. Nuestros niños y los adultos deben saturarse de películas de pésimo gusto y confeccionadas con fines comerciales.

Los pocos intentos de programas autóctonos denotan falta de medios. Sin embargo a pesar de la pobreza hay ciertos logros como son algunos programas infantiles, telenovelas juveniles y teletatros; este último tiempo se ha notado un cierto progreso en los programas informativos, que se han hecho más ágiles y amenos.

.. LA TELEVISION EN CHILE

En Chile, las técnicas que constituyen el lenguaje televisivo de imagen y sonido a pesar de lo avanzados que están en la mayoría de los países, son utilizados en forma primitiva a pesar de ser elementos indispensables para las transmisiones diarias de los canales.

La causa no es la falta de técnicos sino la escasez de medios audiovisuales chilenos.

Sugerimos por tanto que las entidades que están a cargo del financiamiento de nuestros canales de TV, doten de mayores recursos a estos medios en beneficio de mayor cantidad de programas nacionales y de mejor calidad.

CAPITULO III

EFFECTOS DE LA T.V. COMO MEDIO DE COMUNICACION

EFFECTOS DE LA TELEVISION COMO MEDIO DE COMUNICACION

Cada avance de la humanidad hacia la civilización y cultura a través de la historia ha ido acompañado de una transformación en el sistema de comunicaciones. Sin ésta, ningún progreso hubiese sido posible.

A medida que la tecnología avanza, la cantidad de conocimientos que el sistema de comunicaciones debe transmitir va creciendo y el público que lo recibe es cada vez más numeroso. Por ello, es necesario comprender lo que significa comunicación; "es un proceso básico por el cual se transmiten significados de una persona a otra. Se caracteriza por ser público, rápido y transitorio.

Las cuatro principales actividades de la comunicación son: supervisión (que se refiere al aspecto noticioso), interpretación (discusión), transmisión cultural (arte) y entretenimiento. La comunicación de masas está dirigida a auditorios inmensamente grandes, heterogéneos y anónimos para el que transmite. Los medios de comunicación tienen cada día mayor importancia e impactan directamente a cada miembro del auditorio. Las estadísticas por ejemplo, señalan que los universitarios que han egresado en Norteamérica, dedican mayor tiempo a leer diarios, revistas, oír música o ver TV que a cualquiera otra actividad, salvo trabajar. La TV ha sido la mayor causante de este impacto.

EFFECTO POTENCIAL DE LA TV

Para hacer un análisis de él hay que remontarse más allá de los estudios sobre las masas en la comunicación, pues éstos

sólo se limitan a establecer qué tienen en común con la producción de la cultura popular contemporánea y las formas de arte inferior de otros tiempos.

Hoy la producción de artículos de consumo culturales se ha tornado aerodinámica. Han aumentado las influencias de la cultura popular sobre el individuo. La moderna cultura de masas se ha transformado en un medio de control psicológico. Esta cultura favorece las relaciones automatizadas y debilita la resistencia individual. La cultura de masas debe ser realista. Ya no existe la antigua élite cultural, pues la población ha comenzado a tener contacto con el arte. En la anterior cultura popular, existía un equilibrio entre su estructura social y las condiciones sociales existentes. Por esta razón se produce un vacío entre el mensaje explícito que se daba anteriormente y el oculto que hay en el arte popular contemporáneo. Antes las novelas y en general todas las obras de arte tenían ideales de conformidad; hoy, mientras más desarticulado es el público, más se tiende a lograr su integración. Es necesario también indagar los estímulos sociopsicológicos típicos del material televisado, ya que los medios para las masas no son sólo acciones y mensajes, sino también diversos estratos de significado superpuestos los cuales contribuyen al efecto. Estos estratos superpuestos tienen diversos grados de explicitud o de ocultamiento, y son usados por la cultura de masas como medio tecnológico para manejar el auditorio. Con ellos se pretende fomentar adaptaciones de todo plano, como por ejemplo presentar

condiciones humillantes como cómicas. En la TV por ejemplo el mensaje oculto es el más importante, ya que el espectador no puede eludir el control de la conciencia. Por esto es importante saber si aquellos que organizan, escriben y dirigen los programas conocen el efecto del mensaje oculto de la TV. Además, y por este motivo, es preciso hacer un estudio sociopsicológico especial sobre las personas que toman decisiones en el campo de la TV.

Los que producen el material televisivo, se rigen por ciertos mecanismos de control que reducen el margen de cualquier autoexpresión artística.

El efecto sociopsicológico de la TV depende de los mecanismos psicológicos utilizados por los programas de TV. Los diferentes tipos de programas determinan el modo en que un contenido es percibido. Para comprender la TV es necesario llevar a cabo un estudio de los supuestos previos que funcionan antes que se haya dicho una palabra: las implicaciones sociopsicológicas y los mecanismos de la TV que a menudo actúan con el disfraz de un falso realismo, podrán mejorar los programas y sensibilizar al público. La TV nos muestra un falso realismo que permite la identificación directa, alcanzada por las culturas populares.

En TV, el clisé solo se justifica para combatir el seudorealismo, ya que es necesario interpretarlo en relación al marco sociopsicológico en el cual se da.

El clisé viene a ser el medio para ordenar la compleja

vida moderna, pero hace perder la comprensión de la realidad. Sin embargo puede inducir a la gente a adoptar simplificaciones mecánicas mediante deformaciones del mundo.

El principal problema que plantea la TV y que debería ser analizado es el de la seudopersonalización y sus efectos.

EXPANSION DE LA RADIODIFUSION

Poco después de la Primera Guerra Mundial, la radio se convirtió en un medio práctico de difusión y comunicación pública. Por su parte la TV, lo hizo después de la Segunda Guerra, época en que la inmersión nuestra en los medios de comunicación y difusión masivo era completo.

A fines de 1958 habían 76 millones de receptores, de los cuales 49 millones trecientos mil pertenecían a USA, que contaba con 50 canales de TV, cuyos servicios ininterrumpidos llegaban a casi todos los rincones del país. Se calculaba que el norteamericano medio adulto pasaba cerca de 30 horas semanales oyendo radio o mirando TV. En total más de 1500 horas al año. La TV, que en 1948 había comenzado en 4 países, EEUU, URSS, Francia y Gran Bretaña, se habían extendido a 66 en 1961.

La influencia de los progresos electrónicos produjeron un acentuado cambio en los medios de comunicación más tradicionales. El cine, que era la distracción principal de los norteamericanos, disminuyó considerablemente en cuanto a cantidad de espectadores con la llegada de la TV; los periódicos también quedaron a la zaga en ese país, especialmente los diarios independientes que casi desaparecieron; las revistas aumentaron como respuesta a una necesidad de comunicación más profunda y erudita, pero debieron llenar sus páginas con mucha publicidad. Actualmente el norteamericano medio está tan masiva y continuamente

expuesto a la comunicación que se producen problemas ya no por una falta de recepción, sino por un exceso, a tal punto que la aceptación irreflexiva de una imagen puede ahogar el juicio autónomo y la individualidad cultural.

En 1962, la TV siguió expandiéndose y las encuestas y estudios sobre ella se hicieron cada vez más numerosos. Dichas encuestas registraron 5 millones trescientos mil aparatos en 1964 en Francia, mientras que el 80 por ciento de los hogares de Gran Bretaña poseían receptores.

Todos estos datos han servido para que los sociólogos extraigan conclusiones sobre los aspectos históricos y las tasas de expansión de este medio de comunicación.

La extraordinaria desigualdad del desarrollo de la TV en los distintos países plantea problemas de diferentes órdenes. El grado de adelanto alcanzado por cada nación en el dominio técnico, es factor importante pero no explica todo. La URSS por ejemplo, alcanzó un alto grado de desarrollo en 1962, pero contaba con pocos receptores de TV. China es actualmente una potencia, sin embargo en materia de TV está considerablemente atrasada. Estos casos demuestran que además de los factores técnicos, económicos y financieros, tienen importancia las condiciones sociales más o menos favorables. Los medios de comunicación de masas sólo se desarrollan si corresponden a la existencia de una receptibilidad por parte del público. El aumento del tiempo libre desempeña un papel importante en este sentido, pero debe haber además cierta uniformidad o estandarización de los gustos. Los sociólogos piensan que la TV sólo puede desarrollarse sólo en sociedades donde la diferencia de clases es muy redu-

cida, no sólo en lo económico, sino también en lo cultural, pues los mensajes deben ser comprendidos por todos. Un pueblo busca y recibe un mensaje idéntico. Contribuye a esta uniformación cultural y al éxito de la pantalla chica, la concentración de la población en varias ciudades grandes y la elevación del nivel de vida.

" Es importante que las estaciones estén creadas para su público. Esta afirmación contribuye fatídicamente a bajar el nivel de la programación, pues se tiende a dar el gusto a la mayoría, la que generalmente se contenta con muy poco. La TV como toda empresa que entra en el marco de los medios de comunicación, es en cierto sentido creadora e incluye aspectos intelectuales y artísticos, pero por otra parte implica un trabajo colectivo al cual se le exige rapidez y por lo tanto adolece de uniformidad.

FINANCIAMIENTO

Uno de los más importantes factores que influyen en cualquier medio de comunicación, y por lo tanto en sus efectos, es la proporción del costo inicial de la producción de un mensaje - en el caso de la TV, de una transmisión, y el costo agregado de producir cada ejemplar adicional o ganar un nuevo oyente o espectador.

En este sentido uno de los más caros es la TV, sobre todo en la instalación de una estación y su funcionamiento.

La señal de transmisión sólo se puede recibir dentro de un radio limitado. Si tomamos el caso de Estados Unidos por ejemplo, cualquier programa para una audiencia nacional puede ser transmitido a través de una red de numerosas estacio-

nes. Por otra parte es muy costosa la producción de un programa, que necesita iluminación, decorados y ensayos. Esto hace que la TV sea ineficaz y prohibitivamente cara para audiencias pequeñas, aunque su administración esté en manos del gobierno o privadas. En general en EEUU, un programa puede atraer decenas de millones de personas, lo que significa que los espectáculos más caros le cuestan menos al público que leer un diario o ver una película. Por eso es natural que la TV busque como público a grandes masas, pues para ellas está tecnológicamente mejor adaptada.

La resistencia en USA a admitir patrocinación gubernamental en las programaciones hizo que el sindicato de radiodifusión tuviera que sostenerse a sí mismo vendiendo espacios de publicidad. Esta apoyó a la radio y la TV, ya que un programa dirigido a un mercado en particular- por ejemplo a los compradores de raquetas de tenis-, tiene un costo de transmisión y producción igual al de un programa dirigido a un público más general y que constituye un número centenares de veces mayor que el primero. Por esta razón, los programas en cadena son factibles sólo para los productos de mercado universal, por ejemplo cigarrillos. Para subsistir, todo programa debe reunir una audiencia receptiva lo bastante numerosa para que el costo del espectador sea muy bajo.

En la radio y en la TV el auspiciador generalmente asume toda responsabilidad respecto al programa que anuncia su producto y exige que éste atraiga una enorme audiencia y que su contenido no despierte resentimientos ni antipatías que lo afecten a él o a su producto, tratando más bien de infundir en el público una disposición de ánimo que lo torne receptivo a su publicidad.

Hay excepciones: los programas no patrocinados por un anuncia-

por y difundidos por estaciones en cadena o locales como servicios públicos o noticias y foros públicos, que aunque generalmente son patrocinados, no pueden ser controlados por el anunciador. Estos programas no auspiciados son generalmente de alta calidad o novedosos, pero la mayoría de las veces son relegados a horas en que la cantidad de teleespectadores es limitada, por lo que hay pocos compradores posibles. Así, salvo excepciones, el contenido del caudal que absorbe el norteamericano tantos millones de horas está casi enteramente determinado por la necesidad de los auspiciadores. Si estos no tienen intenciones de instruir o dirigir al público, se sentirá satisfecho con sólo imponer su producto. Esto, origina la frustración de los intereses de la minoría, agravada por la limitación del número de canales que por razones técnicas, no pueden transmitir en un número superior a seis dentro de una zona determinada ni tampoco pueden ser sintonizadas en lugares distantes.

La consecuencia de estos factores tecnológicos es que el contenido que predomina en la red de TV en los principales horas del día de transmisión, consiste en programas ligeros, triviales, sin trascendencia ni exigencias intelectuales, desligados de temas controvertidos: en pocas palabras la tecnología y la economía de la TV refuerzan el gusto de la mayoría.

La TV, por la misma razón, no trata los problemas sociales ni políticos, en Estados Unidos.

Algo paradójico si pensamos que la presentación de acontecimientos por televisión es especialmente valiosa, ya que es el único medio de comunicación que puede presentar figuras públicas ante la masa de un modo directo y revelador.

Si observamos que los recursos técnicos y artísticos usados por ellos son cada vez más perfectos, si atendemos a las investigaciones que nos hablan del enorme potencial que tiene la TV para acaparar la atención del espectador e introducirlo en técnicas nuevas, nos damos cuenta de ello.

En nuestro país, en cambio, la TV es un medio de comunicación que da preferencia especialmente a programas de tipo político, que abarcan las más variadas ganas, y no rehuye analizar los problemas sociales. Sin embargo, en el Primer Seminario de Televisión Latinoamericana realizado en Santiago en noviembre recién pasado, se llegó a la conclusión que hasta el momento en América Latina en general, la televisión como medio directo de información no ha constituido un instrumento de aceleración para el desarrollo de nuestros países. Por el contrario, según muchos, ella ha sido un escollo para los cambios.

La televisión en América Latina puede constituir un elemento para acelerar o frenar el desarrollo; puede ser un importante vehículo difusor de la cultura y una herramienta educativa; o ser un instrumento de alienación social debido a que es indiscutiblemente un elemento moderador de hábitos y costumbres.

En Chile, desde un comienzo, y para evitar una orientación guiada exclusivamente por intereses comerciales, se creó una televisión universitaria. Sin embargo en la realidad, esta no ha podido eludir el financiamiento a través de avisos comerciales.

Entre las causas que impidieron la creación de una televisión comercial en Chile, estuvo impedir que se utilizara este

medio de comunicación para influir políticamente en la conciencia de los ciudadanos, durante las elecciones presidenciales de 1946, y la tenaz oposición desplegada para impedir que fueran favorecidos determinados grupos financieros y políticos.

La publicidad que entrega este medio de comunicación masiva, puede ser primaria o secundaria. Es primaria cuando el aviso interrumpe un programa; secundaria cuando el anuncio se pasa antes o después, o cuando la propaganda se hace dentro de él. Según la mayoría de los publicistas, el anuncio es más efectivo si se pasa al comienzo del programa

RADIO Y TELEVISION FRENTE A FRENTE

Al comparar la radio con la televisión, vemos que en Estados Unidos, su organización es muy parecida, y que las más importantes tendencias actuales de la radio provienen de una adaptación de la TV. Sin embargo, las diferencias económicas y tecnológicas son importantes. La pantalla constituye el vehículo favorito del público y de los anunciantes norteamericanos, quienes la enfocan como un medio para grandes inversiones. Esto ha disminuido la importancia de las cadenas de radio, que ahora producen programas más locales y son auspiciados también en forma local.

En Chile en cambio, la televisión al ser universitaria, trata más bien de satisfacer el gusto de los televidentes que el de los grandes inversionistas.

En Estados Unidos, el interés que han demostrado los anunciantes por la televisión como un vehículo para llegar a mayor cantidad de público, ha disminuido, como se decía anteriormente, las cadenas de radios, las que ahora sólo se limitan a transmitir programas locales. Este fenómeno no se ha producido en nuestro

país, ya que en muy contadas ocasiones han sido utilizadas las cadenas de radios para transmitir programas de entretenimiento, Estas solo se utilizan para transmitir programas de interés nacional.

La televisión norteamericana, al acaparar el interés de auspiciadores y televidentes, ha dejado a la radio reservada sólo para las personas que prefieren la música o los debates, programas que pueden atraer audiencia suficiente para que justifiquen su transmisión por televisión. Esto, en cambio, ha sido la que ha acaparado los programas de entretenimientos, tanto en Estados Unidos como en nuestro país. En Chile los programas de entretenimiento, han llegado a ser transmitidos en cadena.

La televisión soviética, por su parte, se ha dedicado también a preparar en forma especial concursos y competencias, especialmente entre los países que forman el área socialista. Estos atraen millones de televidentes, ya que los han sabido satisfacer. Pero la televisión soviética no se ha quedado estancada, ya que incluye en forma cada vez más numerosos programas sobre noticias de actualidad, que dan a conocer la vida de los distintos países miembros de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. El término ~~actualidad~~ ha tomado allí, el sentido de participación directa del televidente con los acontecimientos que suceden en los países vecinos.

La Unión Soviética, consciente de los efectos que tiene tan importante medio de comunicación, transmite a través de la televisión central tres tipos de programas diferentes. El primero es para toda la Unión, y se compone de información,

política, económica, arte y música para la juventud y los niños. El segundo tipo de programa es captado sólo por los habitantes de Moscú y de la región moscovita, por lo que se refiere sólo a noticias y crónicas de esa región. El tercero está destinado a la enseñanza. Su función es ayudar a los estudiantes secundarios o universitarios.

Por otra parte, la radio y la televisión sólo disponen de un tiempo limitado para tratar los temas. En la TV, buena parte de este tiempo se destina a la presentación visual, la que aunque aumenta notablemente el realismo sólo puede resultar eficaz si es muy sencilla. Por esta razón, en las presentaciones o transmisiones, es más fácil entregar los temas en una forma muy simplificada, sino superficial y popularizada.

Es indudable que la acción pública se ha interesado más por la radiodifusión que por los otros medios de comunicación. Algo lógico, pues entre las técnicas nuevas que han transformado el comportamiento social del hombre, pocas tienen una importancia tan grande como la difusión de ondas. "La radio y televisión, crean lo social en el individuo, y al mismo tiempo manifiestan ante él un signo social de lo social".

La televisión latinoamericana deberá ser puesta al servicio de la urgente solución que requieren los problemas de dependencia cultural y económica. Así, la radio y televisión se introducen en la vida del individuo como factores de participación.

Estos medios de comunicación como instituciones socio-culturales, pueden orientar el gusto del público. La radio cu-

turizar música, literatura o ciencias puras, mientras que la TV triunfan temas tales como medicina, etnografía ciencias naturales, artes plásticas y tecnología.

¿DEBE SER COMERCIAL LA TV?

El objetivo de las comunicaciones públicas, debería ser abrir el camino a una variedad de servicios que atiendan las diferentes necesidades del público. Las personas son distintas entre sí y tienen gustos diferentes. El sistema de comunicaciones debe darle a los diferentes tipos de público, en lo posible, lo que desean. Sin embargo, la tecnología, la economía y la organización misma de la radio y TV norteamericanas hacen que esos objetivos no se cumplan, sino que se atiende exclusivamente a las audiencias más numerosas, y de más bajo denominador común.

En Estados Unidos, para acabar con estas fallas, se propuso una red de estaciones patrocinadas por el gobierno o por fundaciones, que permitan contar con programas de alto nivel sin intervención de los anunciantes. También se propusieron medidas para dissociar a éstos de los asuntos referentes al contenido del programa. Pero esto no solucionaría el problema, pues ninguna fundación podría soportar el gasto de la explotación, y, en caso que pudiera hacerlo, al igual que los anunciantes rechazarían todo lo susceptible de controversia. Si se confiara al gobierno de EEUU el mantenimiento de una red de radiodifusión no se podría mantener la independencia creadora.

En Chile, en cambio, la TV está en manos de las Universidades, y por lo tanto le corresponde ser la "libre expresión de la conciencia crítica y el pensamiento creador". Es decir, no está guiada por los inversionistas ni orientada exclusivamente por los ratings, sino supervisada sólo por las universidades chilenas y un Consejo Nacional de TV, que deberá elevar su nivel.

La solución para EEUU sería que los anunciantes sólo pudieran comprar tiempo para sus anuncios, tal como se compra espacio en una revista.

Hay que notar que las condiciones de una revista son distintas a las de la radiodifusión. En éste sistema, el público al que va destinado un aviso, depende totalmente de la medida en que se vea arrastrado por el programa que lo acompaña, y llega al aviso condicionado por él. No se puede esperar mucho de esta solución.

Otra medida es suministrar un apoyo más adecuado a las estaciones que irradian programas educativos. Aunque se hayan reservado canales para ellos en la mayoría de los casos sólo se utiliza una minoría. Por otra parte, casi no hay estaciones educativas que no tropiezan con insuficiencias de fondos y con programaciones hechas por aficionados y con escasos recursos. La tercera solución es que se introduzca la TV pagada o basada en bonos. De este modo se evitaría el control de los auspiciadores que intervienen hasta en los noticiarios con el fin de atraer público para sus anuncios. Hay varios procedimientos para que el tele-espectador pague por una transmisión, y así sean satisfechos los millones de personas que en ese país ^{descon} algo distinto al gusto dominante. Por supuesto que ha surgido una fuerte oposición de parte de los intereses comprometidos. Si se implantara una televisión pagada, se abriría una serie de nuevas oportunidades para las transmisiones educativas.

Si hubiera un modo de que muchas estaciones independientes educativas y comerciales- pudiera vender a los espectadores en vez de los patrocinadores toda clase de programas, quedaría abierto el camino para una industria "editorial" que proveyese de programas grabados o filmados, educativos, costeados por el público televidente. La producción comercial de esos programas podría complementarse con programas producidos por fundaciones, universidades y Gobierno.

El problema de los sistemas de explotación es importante para el destino de la televisión. En los países donde el estado

se reservó el monopolio de la difusión, el desarrollo fue más lento que en las naciones donde se permitió la creación de estaciones pagadas por la publicidad. Sin embargo, en los primeros países hay mayor cantidad de programas educativos. El dirigismo y el liberalismo tienen sus ventajas e inconvenientes en relación al público: las emisiones dependen siempre de una autoridad externa. En el régimen dirigista el estado es el guía: en el régimen comercial, son las firmas quienes juegan un papel de "mecenas interesados". Frecuentemente la situación es más complicada: en la radiotelevisión del estado, ciertos grupos de presión representados algunas veces por los dirigentes de una fracción de la gran prensa, ~~determinan~~ algunas emisiones.

En el sistema de libre concurrencia el gobierno se reserva siempre el derecho de supervisión. En USA, la comisión Federal de Comunicaciones tiene cierto control sobre los programas de los canales privados.

En el sistema monopolios del Estado, los productores tienen funciones garantizadas en un status profesional, que a su vez condiciona su independencia. Debe someterse a las directivas generales del gobierno, pero dentro de esos límites, la libertad puede ser bastante grande.

La TV del Estado tiene la ventaja de que puede reservarse algunas prerrogativas, como tratar no solo de gustar sino también de enseñar.

En general entonces, hay tres tipos de sistemas de explotación en el mundo. El sistema de monopolios, como el de URSS o Francia, la explotación comercial como el caso de USA. y el sistema mixto que existe en Japón, y Gran Bretaña.

Las formas de financiamiento están íntimamente relacionadas con los tipos de programas que se producen. Para juzgar el conjunto de estos programas hay que hacer un análisis de contenido y ver qué lugar ocupan los distintos géneros: Deportes

variedades, films, literatura, ciencia etc. Esto permite apreciar el contenido cultural o artístico de los programas, compararlos juzgar las intenciones de los organizadores y apreciar el gusto del público. Hay una diferencia fundamental entre la gente que ve una cadena cultural y la que ve una estación de géneros fáciles.

Los programas de distracción constituyen un 60 a 70% de las emisiones en los Estados Unidos y sólo el 29% en Francia. En Japón es del 42% y en Checoslovaquia del 35%.

Corresponderá estas variaciones al gusto del público en los distintos países o a una selección deliberada de los productores. La distancia entre la selección de los productores y la preferencia del público es mucho menor en el caso de las emisoras sostenidas por la publicidad y siempre atenta a las indicaciones de las encuestas de opinión. Pero también puede ocurrir que el público termine por adaptarse a los espectáculos que se le proponen.

IMPORTANCIA DE LAS ENCUESTAS

Uno de los determinantes más implacables de la programación siguen siendo los "ratings", es decir, las estimaciones de audiencia hechas por diversos servicios comerciales sobre la base de técnicas de muestreo. Estas encuestas tienen gran influencia en la radio y la televisión. Los patrocinadores y las estaciones las aceptan para decidir los programas. Los "ratings" en el sistema de explotación comercial son un arma de primera importancia, pues revelan al sondear la opinión pública, el número de personas interesadas en un programa determinado, constituyendo la medida del éxito que éste pueda tener.

La radio y la TV estatales también se interesan en las encuestas como medio de conocer a su público, pero no le dá importancia exclusiva, pues tiene también, junto con entretener

y la utilización del ocio están en primer lugar, respecto a las manifestaciones del público para ver TV, también lo son las necesidades de información y adquisición de cultura.

Según J. Casanueva, ahora el ocio es la oportunidad donde el individuo contemporáneo vive su vida "más rica informativa", participando de una existencia masificada". Sin embargo los individuos según sus temperamentos y maneras de vivir pueden defenderse hasta en su ocio de la invasión de la difusión colectiva.

Sin embargo hay efectos demasiado vigorosos ocasionados por la TV como para que el público pueda defenderse totalmente.

En latinoamérica, la televisión puede ser un vehículo de difusión de cultura, una herramienta educativa, o un instrumento de alienación social. En todo caso, la TV es un elemento moderador de costumbres. Por lo tanto habrá que modificar los efectos perniciosos que pueda provocar al fomentar necesidades falsas y artificiales propia de una necesidad de consumo.

Uno de ellos es la formación de ídolos o el fenómeno llamado de vedetización que se da también en el cine pero de diferente manera. En la pantalla chica los personajes son vistos y escuchados al igual que en el cine, pero los televidentes - tienen la impresión que las vedettes están junto a él en su intimidad familiar.

Las estrellas de TV son distintas a los "monstruos sagrados del cine" en el espíritu del público. Este no los considera inaccesibles sino como amigos. En la TV la vedetización - promueve lo cotidiano, lo maravilloso. Los dos niveles no es

tán separados como en el mundo cinematográfico sino provoca una confusión entre lo real y lo ficticio.

Los efectos de orden intelectual que la TV puede infundir sobre los niños según estudios norteamericanos no mejora su nivel de instrucción.

Sin embargo, en nuestro país, como probaremos más adelante, la televisión es un eficaz medio educativo, respaldado eso sí por las condiciones culturales del medio ambiente^{EV} que vive y se desarrolla el niño.

Formada en un medio de control psicológico, esta cultura favorece las relaciones automatizadas y debilita la resistencia individual. La cultura de masas debe ser realista. Ya no existe la antigua élite cultural pues la población ha comenzado a tener contacto con el arte. En la anterior cultura popular, existía un equilibrio entre su ideología social y las condiciones sociales existentes. Por esta razón se produce un vacío entre el mensaje explícito que se daba anteriormente y el oculto que hay en el arte popular contemporáneo. Antes las novelas y en general todas las obras de Arte tenían ideales de conformidad, hoy mientras más desarticulado es el público, más se tiene a lograr su integración. Es necesario también indagar los estímulos socio-psicológicos típicos del material televisado ya que los medios para las masas no son sólo las acciones y mensajes, sino también diversos estratos de significado supuesto, los cuales contribuyen al efecto. Estos estratos superpuestos tienen diversos grados de explicitud o de ocultamiento, y son usados por la cultura de masas como medio tecnológico para manejar el auditorio. Con ellos se pretende fomentar adaptaciones en todo plano, como por ejemplo presentar condiciones humillantes como cómicas. En la TV el mensaje oculto es el más

importante, ya que el espectador no puede eludir el control de la conciencia. Por esto es importante saber si aquellos que organizan, escriben y dirigen los programas conocen el efecto del mensaje oculto de la TV. Además, y por este mismo motivo es preciso hacer un estudio socio-sicológico especial sobre las personas que toman decisiones en el campo de la TV.

Los que producen el material televisivo, se rigen por ciertos mecanismos de control que producen el margen de cualquier autoexpresión artística.

El efecto sociológico de la TV depende de los mecanismos sicológicos utilizados por los programas de TV. los diferentes tipos de programas determinan el modo en que un contenido es percibido. Para comprender la TV es necesario llevar a cabo un estudio de los supuestos previos que funcionan antes de que se haya dicho una palabra; las implicaciones socio-sicológicas y los mecanismos de la TV. que a menudo actúan con el disfraz de un falso realismo, podrán mejorar los programas y sensibilizar al público. La TV nos muestra un falso realismo que permite la identificación directa, alcanzada por las culturas populares. En TV, el clisé sólo se justifica para el seudorealismo, ya que es necesario interpretarlo en relación al marco socio-sicológico en el cual se dé. El clisé viene a ser el medio para ordenar la compleja vida moderna, pero hace perder la comprensión de la realidad. Sin embargo puede inducir a la gente a adoptar simplificaciones mecánicas mediante deformaciones del mundo.

El principal problema que plantea la TV y que debería ser analizado es el de la seudopersonalización y sus efectos.

EFEECTO POTENCIAL

También hay efectos producidos por la televisión y que pueden ser advertidos por cualquiera a simple vista. Se ha comprobado que puede provocar fatiga física, cansancio en los ojos, nerviosismo e insomnio. También puede resultar peligrosa la posición en la que las personas -especialmente los niños- miren TV, la inmovilidad es a menudo causante de artrosis y neuralgias e influye también de manera decisiva la distancia y el ángulo en el cual se coloque el teleespectador. La luminosidad de la TV. (7 a 9 veces mayor que el cine) afecta la retina en forma notable.

En cuanto a la influencia psíquica negativa producida por la televisión, ésta existiría sólo en los casos de personas inadaptadas, pero nunca en un ser normal. Sin embargo puede provocar la creación de un mundo irreal o inducir a la violencia.

NUESTRA REALIDAD

En Chile la televisión está más que nada dirigida a los estratos medios y bajos, por lo que la orientación de los programas debe buscar satisfacer las necesidades de información, entretención y educación de los mismos.

Por ello, la ley de televisión aprobada por el Congreso en Noviembre de 1970, define la televisión como un medio de difusión que debe servir para comunicar e integrar al país; difundir el conocimiento de los problemas nacionales básicos y procurar la participación de todos los chilenos en las grandes iniciativas encaminadas a resolverlos; fomentar la educación y el desarrollo de la cultura en todas sus formas; informar objetivamente sobre el acontecer nacional e internacional, y entretener sanamente, velando por la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud: Estos son los efectos, que a modo de ver de los legisladores, debe tener la televisión sobre el pueblo chileno.

Desde un comienzo, los programas de los canales nacionales eran principalmente de entretenimiento e información. Asimismo, desde entonces predominó la idea de hacer una labor de extensión utilizando la televisión. Así por ejemplo, el canal de la Universidad católica de Santiago, creó un departamento de extensión que se preocupó de transmitir programas educativos, culturales y que promovieran el desarrollo comunitario, como los teleclubes. En 1964, se transmitieron por ese mismo canal, y en forma experimental, teleclases de historia, física y de otras materias. Pero las condiciones técnicas y económicas de entonces eran bastante precarias, por lo que estos intentos no tuvieron gran alcance. Durante ese año, los programas educativos constituyeron un 9,2 % de las transmisiones; los + el 11,2% y los informativos el 18%. Ese era el carácter

ter de la televisión de entonces en nuestro país. La idea era educar y evitar la formación de una televisión comercial. ~~Así, a~~

Los spots, hasta 1961, aparecían en forma disfrazada en los programas de los canales chilenos. Lo único que podían hacer las empresas era anunciar en forma indirecta. Sin embargo a partir de 1963, aparecieron avisos publicitarios y las firmas y particulares que antes debían conformarse con una propaganda camuflada, produjeron material de propaganda, contraviniendo un decreto que prohibía a los canales universitarios toda clase de propaganda comercial, política o sindical.

Poco después, el Parlamento estableció la TV universitaria y comercial, permitiendo un determinado porcentaje de propaganda para cada programa. En todo caso, con y sin avisos publicitarios, irrumpieron en los hogares de los teleespectadores desde la aparición de la TV, las películas violentas que desvirtuaban la labor educacional llevada a cabo por algunos programas informativos, documentales, científicos o artísticos.

Por otra parte, desde un comienzo se tuvo conciencia del poder de la televisión y de su influencia en la opinión pública. Una de las causas que movía a amplios grupos a oponerse a la televisión comercial en Chile, fué el temor de que se la utilizara como un modo de intervención electoral- en esos momentos se estaba en plena campaña electoral de 1964-, y la oposición a que favoreciera a determinados grupos financieros o políticos. Sin embargo, el impacto político de la televisión, quedó demostrado en nuestro país, precisamente durante esas mismas elecciones presidenciales. En la época pre-eleccional, la tv, realizó un trabajo objetivo y llegó hasta los más amplios sectores de la opinión pública.

Durante las últimas elecciones presidenciales, volvió a compro-

barse su papel preponderante, el presentar a los candidatos en varios programas que realizaron los tres canales, con resultados inobjetables. Uno de estos, transmitido por el canal nacional llevó la imagen de los candidatos, con sus defectos y virtudes, hasta los más alejados rincones del territorio.

Los poderosos efectos de la televisión, hacen necesario que ésta sea puesta por los países latinoamericanos al servicio de las urgentes soluciones que requieren los principales problemas que los afectan. Especialistas reunidos en el primer seminario de televisión latinoamericana, estuvieron de acuerdo en que es una importante herramienta que puede cooperar a que los países latinoamericanos asuman su verdadero rol.

La televisión latinoamericana, según sus conclusiones, más que nada deberá dar girse hacia la búsqueda y el encuentro de valores que tiendan a desarrollar una cultura auténticamente latinoamericana. Para el fomento de nuestra propia cultura, es necesaria la acción coordinada de todos los países latinoamericanos a través de sus órganos de información y comunicación masiva, y especialmente de la televisión.

CAPITULO IV

ASPECTOS ECONOMICOS DE LA T.V.

ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA TELEVISION

La televisión , como todo medio de información, educación y entretenimiento, se encuentra apoyado en una empresa que, por sus características, puede ser comercial, estatal, educativa o universitaria.

Desde sus comienzos , los pioneros de la televisión debieron afrontar como una realidad el hecho que esta actividad exige un mayor sacrificio pecuniario en equipos técnicos, personal especializados y locales con características adecuadas, que el que se necesitaría para montar una radio o un diario. La forma de financiar estos gastos dio la tónica a la empresa que debieron formar.

En los países europeos como Inglaterra, Italia y Alemania se emplea la subvención estatal basada en primas que se cobran a los dueños de receptores mas algunas otras provenientes de otros impuestos. Su televisión se caracteriza por la gran variedad de programas de toda índole exhibidos en un horario intenso (mañana , tarde y noche). Las primeras horas son dedicadas a la educación, alternándose luego las emisiones de extensión con las filmaciones de simple entretenimiento. Muchas de las producciones europeas son de buena calidad técnica ya que están dedicadas a la exportación ; pero, por esta misma razón abarcan temas generales mas preocupados de la demanda del momento que del contenido de sus producciones.

Japón, en el Asia, es otro país que se financia con fondos estatales provenientes del presupuesto global de la nación. Su televisión puede ser calificada de educativa gracias a la Asociación de Radio y Televisión que, por medio de trabajos en equipos ha logrado disminuir considerablemente el analfabetismo y elevar el nivel medio de la cultura popular. Se considera de mayor valor el realizar programas que hagan resaltar los valores propios que el entrar en competencia con otros países desarrollados.

En America, Estados Unidos financia su amplia red de televisión por medio de la comercialización. Las empresas privadas han sido creadas con fines de lucro basándose en la influencia del aviso televisado frente al espectador.

Las productoras norteamericanas tienen dos grandes fuentes de capitalización: 1) Venta de avisos comerciales, programas y servicios dentro del país. 2) Venta de películas y avisos al exterior. Estas producciones son distribuidas en toda América Latina por varias agencias de publicidad como Mc-Cann Erickson y American Broadcasting Company .

TELEVISIÓN EN AMÉRICA LATINA:

En nuestra América existen, según se pudo comprobar en el Primer Seminario de Televisión realizado en Santiago, canales operados por el Estado o por particulares, siendo la gran mayoría por estos últimos. Los canales de televisión privados están financiados con capitales nacionales algunos y otros con un porcentaje de capital extranjero (Perú). Estos canales están estructurados, unos como empresas comerciales y otros como universitarios.

Ejemplo de la televisión comercial es la actividad brasileña. En Brasil existen 34 estaciones de televisión con un público de aproximadamente 13 millones de televidentes continuos y cerca de 30 millones ocasionales. Todos los canales pertenecen a la libre empresa y se financian exclusivamente de avisos. La televisión absorbe un 80 % del presupuesto de publicidad en toda la nación. Sin embargo, quienes mandan en la formación de la programación son las capas más pobres de la población. El 69 % del público es pobre o muy pobre y es este sector el que decide en las encuestas de preferencia. Como es natural la orientación es deficiente ya que carece de visión cultural apropiada y explica el alto índice de aparatos obsoletos registrado en las clases altas y media.

Los canales de América Latina no pueden ser calificados de comerciales o no comerciales de manera absoluta ya que en los canales comerciales se intenta dar también una visión de la realidad nacional mientras aquellas que se dicen no comerciales deben acudir al menos en parte al aviso para cubrir sus déficit presupuestario. La situación se encuentra agravada con la ausencia de objetivos propios debidamente encausados.

La televisión tomada como empresa comercial tiene como finalidad primordial la obtención de utilidades sobre el capital invertido, Califica

al telespectador de mercado consumidor y su objetivo es llegar al mayor número de consumidores posibles para ampliar su mercado. Si consideramos que, según un estudio realizado por la CIESPAL, la cultura de masas que debe impartir tanto la radio como la televisión está controlada por 1) Los anunciantes, 2) los agentes de publicidad 3) los propietarios de los medios 4) los profesionales de la información; comprendemos que la programación no resulta de una voluntad de servicio a la comunidad sino de la necesidad de conseguir en el mas breve plazo una cantidad de telespectadores tal que resulte atractiva para los anunciadores.

Esta situación, de por sí denigrante, se agrava con la presión que ejerce la empresa extranjera a través de la demanda publicitaria. Un 45% de los avisos pagados en el canal 13 de Chile pertenecen a empresas extranjeras. La programación misma se resiente puesto que un programa extranjero arrendado (cualquiera sea su calidad) valía en 1968 US \$175 mientras un programa nacional costaba en la misma fecha E° 35000, sin que pudiera ser vendido al comercio exterior. La invasión de programas extranjeros en América Latina se debe en parte a la dificultad de producir los propios programas y en la falta de relaciones entre los países latinos. De este modo tenemos que el país con menos porcentaje de programas extranjeros es Cuba por las razones políticas y culturales lógicas a su situación de revolucionarios. Ecuador es, en cambio, el que entrega la mas alta cifra de programas extranjeros en sus canales, un 75% estando Chile en situación bastante desmejorada con un 50%.

¿Posibles soluciones? El primer seminario de televisión hizo algunas recomendaciones:

a) reducir al maximo los altos porcentajes de programas originados en países desarrollados

b) sustituir esta programación por el aumento de la producción local y por el aumento de intercambio de programas entre países de América Latina.

También se hizo una proposición: La creación de un organismo que agrupe a todos los canales de televisión del continente para coordinar el intercambio antes mencionado como el de los profesionales. El intercambio debe

realizarse sin fines de lucro.

TELEVISIÓN DE TIPO UNIVERSITARIO :

En varios países de América Latina existen canales de corte educativo ya sea en manos del Estado o bien de las Universidades como es el caso de Chile. Algunos de estos canales presentan programas de corte exclusivamente cultural y educativos mientras otros recurren a la publicidad para financiar sus operaciones. Aunque los programas existen no hay una concepción común de lo que es la televisión educativa y la cultural esta situación se ve agravada por el desconocimiento de los valores culturales propios de nuestros pueblos y de sus exigencias. La televisión parece hacerse según modelos extraños a la realidad tomados de países desarrollados.

LA TELEVISIÓN EN CHILE :

El 22 de agosto de 1959, la Universidad Católica de Valparaíso, tras invertir 4 mil dólares en la construcción de un equipo transmisor, parte definitivamente. Por su parte la Universidad de Chile, después de realizar algunos experimentos, inicia su actividad televisiva en 1960 con la creación del Departamento Audiovisual. Tiempo después la creación de las escuelas regionales hizo urgente la formación de una red de comunicación. En algunas provincias se realizaron emisiones apoyados por la Casa de Estudios.

Desde el principio de estos movimientos tanto los universitarios como la opinión pública discutió sobre la forma de financiamiento para la TV y en qué manos debía quedar. Hoy, aunque la cuestión parece estar resuelta hay muchos propiciadores de la televisión comercial. La importancia de la publicidad en el financiamiento de los canales de televisión se encuentra demostrada por la legislación dictada al respecto desde 1958 hacia adelante. Se dio el caso curioso que, aunque solo en 1969 se reconoció la existencia legal de los canales de televisión, ya en 1863 se prohibieron los Spots a los canales universitarios a tiempo que se permitía solicitar la concesión para instalar, poner en funcionamiento y explotar estaciones comerciales. Este permiso nunca fue concedido.

Poco después, el Parlamento estableció una televisión universitaria-comercial, determinando un máximo de 3 minutos de avisos por cada 30 de programación. Finalmente, en 1970 se da a conocer que instituciones pueden operar canales de TV en el territorio nacional, reconociendo de esta manera su existencia; en su Título quinto, se enumera las fuentes de financiamiento. Según esta ley las empresas se financiarán en primer lugar con sus propios ingresos incluida la publicidad que se amplía a 6 minutos por hora de programación; en segundo lugar por aportos del fisco en Ley de Presupuesto y otras especiales y, finalmente, por un 40 % del impuesto patrimonial.

La creación del canal estatal y la limitación impuesta a las empresas que pueden poseer canales concluyen definitivamente con la posibilidad de canales comerciales en manos particulares.

TELEVISIÓN UNIVERSITARIA :

Los canales universitarios sufren en estos momentos crisis financieras de gran magnitud. Por una parte se declaran universitarios y por otro dedicados obligatoriamente a buscar una programación de acuerdo a los intereses del telespectador en cuanto a cultura y mejoramiento de vida; por otra parte los aportos entregados por las universidades - ya desfinanciadas en sus ampliaciones para recibir un contingente cada vez mayor de alumnos - y el aporte del Estado es totalmente insuficiente. Podemos comprender esta situación con el siguiente ejemplo: Un show venezolano de exportación cuesta 30 mil dólares para sus productores y representa un mes de trabajo. Esta misma cantidad representa una cifra superior a la entrada total de un canal 9 en el mismo mes.

Entre las fuentes de financiamiento mencionadas por la última ley aparece aquella que hace mención a "Sus propios ingresos". Cuáles son las fuentes de ingresos propios del canal universitario? En primer lugar la subvención universitaria ya indicada de insuficiente; por otra las posibles producciones que se pueden vender. Sabemos que en 1968 el canal 9 tenía un presupuesto mensual de 600 mil escudos; pero, en los 5 primeros meses el 9 y el 13 unidos lograron vender un solo programa por el que recibieron 8 mil escudos habiendo gastado 5 en su producción.

En una situación tan desmedrada , , la televisión universitaria debió acudir al único sistema de financiamiento que le restaba sino quería transformarse en estatal: financiamiento comercial. Pese a que los directores de los dos canales universitario siguen insistiendo en que el fin primordial de la televisión es ser universitaria, el aumento continuado de la cartelera a de avisos parece postergar estos propósitos.

Raul Aicardi, primer director de Canal 9 resumió hace algún tiempo la situación: "La televisión dejó de ser totalmente universitaria y buscó el apoyo comercial. De ahí nacieron sus problemas. Nadie se interesó por planificar su desarrollo ni fijar metas a corto o largo plazo. Se construyeron grandes estudios, se adquirieron costosos equipos, desproporcionados para la televisión universitaria. Sucedió lo inevitable, las Universidades no podían cargar con un presupuesto en alza constante y buscaron otras formas de financiamiento. Se recurrió al peor camino. Se contrataron avisos comerciales, los auspiciadores adquirieron importancia y se rechazaron los fines de la televisión universitaria."

Aicardi opinó en esa oportunidad que el proceso era irreversible: "Ahora la televisión es una fuente de trabajo para artistas técnicos, periodistas y animadores, cuenta con un gran cartelera de avisos y conforma una situación de hecho."

VISIÓN NACIONAL DE CHILE :

El canal estatal adquirió personalidad jurídica con la ley 17377 anteriormente era considerada una empresa comercial con aporte de tres instituciones: Corporación de Fomento de la Producción, 80%; Empresa Nacional de Telecomunicaciones, 10%; Chile Films, 10%.

El canal cuenta con una sección administrativa que se ocupa de la parte financiera y comercial a nivel nacional. Con la prolongación de la red nacional el canal debe afrontar nuevos gastos y fijar el tarifado para la propaganda según los distintos niveles, según el alcance que la propaganda tenga. Por ejemplo: un minuto para Santiago en el mejor horario vale 5130 escudos, para el auspiciador. El mismo minuto en el mismo horario para solo Antofagasta significa 694 escudos para el auspiciador. Por otra

otra parte el gasto mensual se comparte entre todo el sistema aunque la mayor cantidad se haya utilizado en Santiago.

Entre sus propias formas de financiamiento, el canal estatal podría producir programas a) para Chile: ~atisfacer de este modo el mercado de productores independientes que no pueden contar en este momento con estudios apropiados. El canal los facilitaría.

B) Para el Extranjero: Se investiga la posibilidad de llegar a un acuerdo con canales de América Latina y de otras latitudes para llegar a producir grabaciones en Video-tape de actuaciones chilenas a costo inferior de lo que significaría el traslado físico.

ENTEL Y LA RED DE MICROONDAS/.

El 30 de Diciembre de 1964 se creó por decreto la Empresa Nacional de Telecomunicaciones con un capital inicial de 5 millones 500 mil escudos. El 8 de Agosto de 1968 se inauguró la estación terrestre de televisión siendo la primera inaugurada en América Latina.

Esta estación posee a su vez dos estaciones repetidoras, un centro de tráfico telefónico y telegráfico. Empezó a operar comercialmente el 22 de Julio.

La estación chilena tiene la virtud de conectarnos por medio de el satélite INTELSAT III a países del viejo continente, como Francia, Italia, Canadá etc. y con países vecinos como Perú que inauguró su propia estación en junio de 1969 con un costo de 3 millones 825 mil dólares, Argentina, Colombia etc.

Con Argentina, Chile tiene un convenio que debe terminarse en 1972 y consiste en un enlace de 337 kilómetros desde la capital chilena a Mendoza. Este enlace tendrá 600 canales y será también un tramo de la vía interamericana de telecomunicaciones (RIT). Entre los canales que se abrirán en esa oportunidad habrá uno en blanco y negro y otro para color. Por otra parte, Entel no solo consigue abrir las puertas de otros países, también puede aumentar el conocimiento que los chilenos tenemos de nuestro propio país.

La posibilidad de transmitir desde Santiago al resto de Chile en

cadena está sujeto a la existencia de disponibilidad de la red de microondas que ENTEL está instalando. Ahora bien, según el señor Patri- cio González, contador del departamento de finanzas de canal 7, el canal de televisión estaría ocupando para sus transmisiones el canal de la em- presa reservado para desconocidos en sus operaciones. Normalmente ENTEL usa su canal principal y arrienda o cede el canal restante. El problema se puede presentar si el canal principal, por motivos no predecibles deja de prestar sus servicios, momento en que automáticamente el tráfico de comunicaciones de éste se traspasará al canal de reserva, quedando la televisión imposibilitada para transmitir. Consecuencias: El territorio que cubre la red de ENTEL quedaría durante un período sin televisión. Segundo: Los avisadores que han contratado de acuerdo al tarifado nacional pedirían el cese de sus avisos y los cálculos por la propaganda podrían tener grandes variaciones.

NUESTRA REALIDAD :

Chile tiene dos clases de televisión: Una estatal y otra universita- ria. El canal estatal, muy nuevo para criticarlo, tiene grandes capacida- des de trabajo para los futuros profesionales, y tiene un gran defecto. Su aparición ha significado la destrucción de los canales existentes en provincia; canales que se financiaban independientemente de su causa central y que representaban el sentir y el interés del pueblo al que pertenecían.

Los canales universitarios luchan por mantener con dignidad su nombre de universitario. Situación tanto más difícil cuando no mantienen sino un leve lazo con la Casa de Estudios.

El seminario de la televisión latinoamericana ha servido para cono- cer la situación de esta actividad en todo este continente y también ha despertado grandes inquietudes, lo interesante es saber hasta que punto puede tener resonancia y sus resultados logren frutos positivos.

CAPITULO V

EL PERIODISTA EN LA T. V.

EL PERIODISTA EN TELEVISION.

El periodista en sus comienzos y hasta hace poco tiempo, se planteó como meta principal en su trabajo, el informar y entretener al público, teniendo como base la objetividad. Mucho se ha discutido acerca de este término y se ha llegado a reconocer de que ella es muy difícil de lograr.

Hoy día estos principios han quedado obsoletos y lo que se pretende es que el periodista busque por todos los medios "la verdad", y que llegue a comprometerse con ella.

Por ser la TV el principal medio de Comunicación Social, es que el trabajo del periodista tiene una influencia mayor que el de otro órgano informativo.

Entre los sociólogos hay diferentes opiniones con respecto al efecto que la TV produce en los individuos, ya sea como grupo social o aisladamente. Joseph T. Klapper sostiene que la gente tiende a leer, mirar y escuchar a las comunicaciones que están de acuerdo con sus propios puntos de vista y evitan las de un contenido diferente. La importancia radica en la influencia que ejerce sobre él su grupo social y no el medio de comunicación.

Herbert Marcuse afirma que el público perceptor está pre - acondicionado por un grupo. pero lo define como receptáculo pre-acondicionado, al reconocer en los medios una influencia hacia el cambio. Marcuse no cree que los mensajes de los medios operen reafirmando las opiniones anteriores, sino más bien produciendo desconcierto o desajuste.

Eric Fromm señala que la comunicación masiva ejerce una acción devastadora sobre el desconcierto ; marca el fin del espíritu crítico y un retroceso en la cultura.

Por su parte Marshall Mc Luhan atribuye una influencia enorme a los mensajes de los medios, pero sin adjudicarle efectos negativos. Dice que la Comunicación Colectiva es como un ser vivo, que altera la sensibilidad y los sentimientos. "Son extensiones directas de nuestro sistema nervioso, una forma de vestimenta".

Debido a la importancia cada vez mayor de la TV es que el periodista que trabaja en este medio, debe poseer un alto grado de cultura. En estos momentos el Colegio de Periodistas aspira a la ampliación del campo de sus profesionales dentro de la TV : que ellos no solo se dediquen a los programas informativos, entrevistas

y foros, sino que a través de una cultura amplia, logren su especialización.

De esta manera irán reemplazando a los científicos y estudiosos que orientan y dirigen programas tales como los religiosos, infantiles, educacionales y de actos públicos.

Este es el gran desafío de los periodistas de la Televisión, ya que mediante su especialización, lograrán ser verdaderos comunicadores sociales.

Para desarrollar mas ampliamente este tema se eligió a do. periodistas los cuales respondieron el cuestionario que reproducimos a continuación.

- 1) Diferencia del Periodista Tradicional y como ha evolucionado para llegar a la TV.
- 2) El Periodista de TV es distinto al de Prensa o Radio?
- 3) Con que elementos debe contar?
- 4) Qué estilo usa?
- 5) Cual es la responsabilidad pública que tiene.
- 6) Cual sistema le parece mejor: que el reportero entregue la noticia y la redacten los redactores o que los mismos reporteros redacten la noticia que va a salir al aire?
- 7) Opina que la pauta debe de ser hecha por una persona o que deben de participar varias?
- 8) Qué opina del Flash Noticioso?
- 9) Piensa que sería útil tener un contacto más directo con las Escuelas de Periodismo a fin de que los alumnos pudieran hacer su práctica en los canales de TV?
- 10) Encuentra más limitado el campo del Periodista de Canal 7, por ser esta una TV del Estado?

A continuación las respuestas del Periodista Julio López Blanco.

- 1) No hay diferencia. El Periodista sigue siendo tradicional en la Tv. Lo que implica que no se han sabido aprovechar los medios que otorga tener una imagen al servicio de la información. Puede que existan algunos cambios en cuanto al conocimiento "jerarquizado" que entrega la Universidad, en cuanto a ciertos conceptos técnicos y hasta a una mayor amplitud de conocimientos, que indudablemente no tenían los periodistas que se hicieron en la tarea de cada día; pero el periodista de TV está subordinado en el 99% de los casos, a escribir párrafos semejantes a los que se escriben en radios o diarios; muchas veces su falta de "Training" o de conocimientos lo hace despreciar la imagen (como cuando dice "el perro que vemos en la pantalla", cuando en realidad la imagen habla sola y no es necesario mencionar al perro); y todo ello entrega, un noticiario de TV parejo, que si el telespectador da las espaldas al televisor, conocerá las noticias sin necesitar imagen.
 - 2) Igual: las razones están dadas. Tal vez si el periodista aprendiera más en la parte técnica, si los estudios para escribir bien se compararan con más amplios estudios de cine, cámaras, montaje de películas; si el periodista pudiera "realizar" y "realizarse" un poco más en lo artístico, posiblemente se establecerían diferencias.
- Mientras tanto el periodista de Tv continúa reportando, e incluso

escribiendo, como lo haría otro de distinto medio informativo. Incluso con menos seriedad, ya que la escasa duración de las noticias (entre 30 y 60 segundos, según su importancia), no permiten "llegar al hueso". Hay que contentarse, entonces, con algunos datos explicativos que pocas veces resumen el problema en su totalidad...

3) Lápiz, libreta de apuntes, guía de teléfonos y máquina de escribir; y con poco más, excepto conocer algo de películas (cien pies duran un tiempo determinado, una película es más sensible que otra y debe usarse en momentos determinados o determinadas estaciones del año, una línea de 32 espacios corresponde a 2 segundos), y nada más,

4) Cualquiera. Según los manuales de TV que llegan desde todos los países del mundo, debería ser un estilo corto y preciso, dejando a la imagen todo su valor, manteniendo silencios donde la película es más fuerte, introduciendo música adecuada en los instantes necesarios; pero existe por una parte, negligencia profesional, y por otra escasez de buenos redactores. [volvemos a lo mismo: un noticiario de TV no ofrece nada nuevo, se cae en las mismas repeticiones antiguas, en las frases kilométricas y en el mal gusto.

5) La responsabilidad pública es la misma en cualquier medio informativo, pero mucho mayor aquí por la cantidad de telespectadores y por la variadísima edad de los mismos. Hasta el momento creo, nos hemos desvinculado de la gente joven. Estamos haciendo escasas y pobres cosas para los niños, y estamos cayendo - para los adultos - en un "parrafeo" informativo que no trata los verdaderos problemas ni las verdaderas noticias del país.

6) Naturalmente, el mejor es el de reportear la noticia, por múltiples factores demasiado conocidos. Lamentablemente, y salvo honrosas excepciones, la mayoría de los reporteros son buenos reporteros y malos redactores. Los redactores, malos reporteros. De ahí que estemos tratando de aprovechar ambas condiciones en una vinculación que no siempre es positiva, ya que el redactor, al no investigar su noticia, pierde interés en ella: no a vive: vale más estar diez minutos en ~~xxxx~~ una calle de París que conocer diez mil fotos de París. No la conoce con exactitud, no logra los matices. Lo ideal, un buen reporteado a través de un buen vocabulario.

7) Varias: elementalmente se trata de aportar ideas. A eso me refería al hablar de no "llegar al hueso" o de dar lo que no interesa, como ocurre a

menudo. Pero si varias personas tratan un tema, habrá ramificaciones importantes del mismo que permitan ampliarlo, darlo con mayores detalles, con aspectos interesantes y hasta desconocidos...

Caso típico: la huelga del ~~del~~ carbón o las repentinas alzas del dólar. Hablamos 30 segundos de la huelga, pero ¿cuántos trabajan en el carbón? ¿cuánto se produce? ¿cuántos ingresos para el país? ¿Cuándo se descubrió el carbón en Chile?, y dónde? ¿qué representan los productos sintéticos? Y en el caso del dólar, ¿qué representa que suba de precio? ¿Cómo influye eso en cada chileno, y en la economía en general? ¿Por qué sube y por qué baja? En fin: enseñar. El espacio es corto, pero... cuántas cosas se pueden decir en media hora! Además podemos ganar tiempo, dando en diez segundos, con una diapositiva, la noticia menos importante. Debemos ir más a provincias... pero eso se sale del tema, y el tema es largo. En la pauta, dos personas o más. Es lo natural y lógico.

8) No interesa en TV, la gente que nos ve llega a casa a horas determinadas: quieren programas donde el Flash de las cinco de la tarde, y que aún no conocen, sea entregado en forma completa. Por lo demás, no olvidemos que las radios tienen una larga trayectoria que les otorga estructuras más ágiles y con las que es difícil competir: las radios no necesitan imagen, y pueden "lanzarse" en cualquier momento. A menos que sea algo extremo, el flash no nos hace pagar nada. Porque, además, la competencia es reducida, y la televisión ha sido planteada más en el aspecto educativo y magacinesco que en la competencia noticiosa.

9) Los alumnos que han llegado muestran pocas aptitudes. Sería mejor plantear la pregunta al revés: ¿no sería más útil para las escuelas dar más importancia al estudio del periodismo en imágenes que al de diarios y revistas, como ocurre hoy?. ¿No sería posible tener más profesores extraídos de la TV - en la parte técnica - que complementen las aptitudes periodísticas de los alumnos? En lugar de que las Escuelas de Periodismo continúen obteniendo egresados con atrofia muscular que sueñan con escribir editoriales a la semana de salir de la Universidad, ¿no sería posible tener profesionales con más garra y de más pelea, que no busquen las ocho horas diarias de trabajo y que den el pellejo por una noticia? Eso, más la teoría profunda de un Canal de TV, haría que la práctica fuera secundaria.

10) No. TV Nacional se ha destacado - y hay consenso - por su criterio amplio y de imparcialidad en todos los campos. Aquí hay profesionales de

todas las tendencias. Naturalmente, muchas veces - como sucede en todos los medios informativos - existen limitaciones. Pero cada periodista es libre de elegir el campo u órgano informativo que más se acomode a su pensamiento.

Ahora daremos las respuestas dadas por el periodista Manuel Mendoza, que fue uno de los que participaron en los primeros noticieros de la TV chilena.

1) El periodista de TV ha evolucionado en el sentido de que debe manejar más elementos. Al margen mismo de la búsqueda de noticias, debe "imaginarse" como saldrá al aire su información, para lo cual debe conocer elementos rudimentarios de cine. Así podrá darle una secuencia lógica a la información, en cuanto a imágenes y a texto.

2) Es distinto, por lo expuesto anteriormente. Sin embargo, ha perdido algo fundamental: la profundidad. Eso, hasta ahora, nadie puede negárselo al periodismo escrito. El periodista de TV viene a ser, más o menos, como el "anzuelo" para que la opinión pública busque más información, al día siguiente, en los diarios o, después, en las revistas. El periodista de TV tiene en el tiempo su gran enemigo. Debido a lo reducido del espacio que tiene a su disposición, debe entregar toda su noticia en uno o dos minutos. En parte esta falta de espacio se compensaría con los reportajes más extensos, documentales o programas especiales.

3) Además de contar, tiene la obligación, de saber manejar una cámara filmadora, grabadora, empalmadoras, equipos de compaginación de películas y sonido, etc. Ya no basta conocer solo la máquina de escribir.

4) Muy directo y sintético. En cuanto al texto para las películas, no debe relatar lo que aparece en la imagen. Debe complementarla y ayudar a su mejor comprensión.

5) La de todo periodista: informarse para informar a fin de que la opinión pública se forme su propio juicio. Esto tiene mayor importancia desde el momento que su información debe ser completa, en un tiempo reducido.

6) Que los reporteros escriban la noticia que va a salir al aire.

7) SIEMPRE la pauta debe ser hecha por el total de los periodistas, camaró-

grafos y ayudantes que trabajan en un Departamento Periodístico. El encargado de asignar los trabajos debería solamente seleccionar y asignar los trabajos.

8) Importantísimo. Alerta a los televidentes para lo que pueda venir en el noticiero principal. Debe buscarse sí, la mejor manera que cumpla su objetivo. En la actualidad por la forma en que se entrega, no consigue eso.

9) Naturalmente. Mas aún, las Escuelas de Periodismo deberían contar con medios para preparar noticieros de TV (También de radio y un periódico). Estimo que las Escuelas de Periodismo, deberían tratar de establecer un contacto más estrecho con los departamentos noticiosos de los canales. Hasta ahora no lo han hecho. Resultado: no conocen las necesidades que tiene el mercado y los egresados de Periodismo carecen de los conocimientos básicos para trabajar **en un medio informativo** de TV.

10) En Absoluto. El resultado de un año de trabajo demuestra que el Departamento Periodístico de TV Nacional (y no estatal) ha cumplido con su misión de informar a todos y desde todos los sectores de la opinión pública.

Agosto, 1970.

CAPITULO VI

EL COMENTARISTA EN LA T.V.

EL COMENTARIO DE TELEVISION

Una de las figuras que siempre atrae el interés de los televidentes, es el comentarista. Se designa con este nombre a quien glosa temas que, elegidos por su actualidad o valor cultural, los analiza y presenta a la consideración de los auditores. Es, posiblemente, la persona que más se acerca a la gente, a sus inquietudes culturales o de simple distracción, merced a su presencia cordial y a su talento para conquistar la atención general.

El comentarista, contrario a lo que se piensa, no es un aporte nuevo de la televisión. Su trayectoria se remonta a siglos pasados, variando solamente los medios de comunicación usados. Por citar un ejemplo, son famosos los "Comentarios", escritos por Julio César, y cuya técnica de glosar materias y presentarlas en forma amena, no han tenido variación, prácticamente, hasta nuestros días.

El comentario abarca las materias más dispares, diferenciándose de las Memorias o Historia en que en su estructura se condensan épocas, antecedentes y conclusiones, sin llegar por ello a sobrepasar en extensión la amplitud que pueda tener una charla entre dos amigos. Es así como los "Comentarios del Quijote", por otra parte, nutren la bibliotecas de los países que admiran la obra de Cervantes y representan los sentimientos que las andanzas del Caballero de la Triste Figura despertaron en quienes las disfrutaron a lo largo de la lectura del Quijote. Aunque la mayor profusión de Comentarios está orientada a la Literatura, también es digna de destacarse la tarea de los comentaristas de arte, política, deportes, teatro, filosofía, religión, etc.

EL COMENTARISTA

La aparición de la radiotelefonía en 1920, gracias al genio inventivo de Guillermo Marconi, abrió al periodismo, particularmente, la oportunidad de adaptar el viejo comentario escrito al "habla

do", permitiendo que también los escritores pudieran participar en esta nueva etapa de glosar acontecimientos e ideas, Médicos, sabios y más tarde políticos, deportistas o científicos se incorporaron también a esta actividad renovada que para muchos ha pasado a ser una profesión de brillante porvenir.

La Segunda Guerra Mundial significó la prueba más elocuente del poder que alcanzaba sobre los pueblos el talento de un buen comentarista. La radio llevó las voces de hombres como Franklin D. Roosevelt, Winston Churchill, Salvador de Madariaga, por citar algunos, que causaron impacto mundial superior a todo lo previsible para despertar la conciencia de las naciones sobre la verdadera magnitud que tenía el conflicto para todos.

La presencia de estas personas, ante los micrófonos, puso de relieve que el buen comentarista necesitaba tener un don especial de locución, de tal manera que la voz representara todas las variaciones de la emoción, la alegría, la ira, el afán de convicción, la atractiva armonía de tonos para oírlos con placer e interés creciente.

Nadie ignora el alcance que tuvieron las palabras de Roosevelt o Churchill y sus comentarios sobre el conflicto. Esta nueva "arma" movió a las naciones del Eje a constreñir tan increíble elemento de lucha, entablándose una competencia de comentaristas que han pasado a la historia, como lo fueron Jorge Abel Camacho, de la B.B.C. de Londres bajo el pseudónimo de Atalaya; el periodista chileno Carlos García Palacios en las Naciones Unidas; Lily Marlene, que dió origen a una célebre canción en Berlín; Rosa de Tokio, en Japón, entre otros.

TELEVISION Y CINE

Al aparecer la televisión, el comentarista de radio pasó a ocupar un lugar en la televisión. Necesitó agregar a los atributos de una voz microfónica, estar dotado de una figura compatible con su labor, además de un dominio ascénico y oratorio que antes no fueron exi

gibles para los que disertaban frente al micrófono.

La pantalla "chica" como se llama también a la televisión, tomó del cine muchos de sus adelantos, de tal manera que en diversas oportunidades el comentario, aunque se sigue escuchando, dá paso a escenas que ilustran el tema tratado.

En el comentarista de televisión se han unido los conceptos clásicos del comentario: el valor literario del tema, el arte de la dicción y oratoria, la técnica del gesto, de la expresión. El periodismo aporta constantemente los más destacados elementos para esta labor. En Chile, donde la televisión procura encontrar rumbos y medios que le permitan una tarea efectivamente valiosa, se suceden las figuras que hacen de Comentaristas, prevaleciendo aquellas personas que tocan asuntos políticos, como Igor Entrala, Luis Hernández Parker, o deportivos, como Julio Martínez.

No se puede decir que este ramo sea algo fácil de cumplir con éxito. Lo prueban la relativa orfandad de valores en nuestro medio. Raúl Matas merece mencionarse no solamente como comentarista de discos sino también de televisión.

Seguramente que pese a la falta de figuras que en Chile se registra en materia de Comentaristas, esta actividad representa una estimulante meta para quienes tienen las condiciones necesarias para aspirar a glosar con el debido mérito, los acontecimientos, el arte, la literatura y la vida diaria de un pueblo.

EL COMENTARISTA EN T.V.

Para desarrollar este tema se eligió a 2 comentaristas de T.V. y se les entregó el cuestionario que reproducimos a continuación:

- 1) ¿Cómo definiría en la actualidad al comentarista de T.V.?
- 2) ¿Qué responsabilidad le cabe en la formación de la opinión pública?
- 3) ¿Existe la objetividad en el comentario de T.V.?

- 4) ¿A qué atribuye Ud. el escaso número de comentaristas destacados?
- 5) ¿Qué cualidades debe poseer un comentarista ?
- 6) ¿Qué dificultad debe enfrentar el comentarista ante la empresa para la cual trabaja a fin de defender su punto de vista frente a un acontecimiento determinado?
- 7) ¿Qué papel le asigna en la actualidad al comentarista de T.V.?

A continuación las respuestas de Juan Ramón Silva:

Debe ser

- 1) Un vocero autorizado de temas especializados/
Con la práctica impera la improvisación que generalmente tiene la mala influencia de una espontaneidad demasiado sensible y poco meditada.
- 2) Mas que intérprete de lo que la gente precisa o desea debe ser un formador de conciencia ante los problemas nacionales e internacionales. Su responsabilidad es mayor que aquella que tienen en prensa escrita o radio. Esta responsabilidad lo obliga a buscar la verdad por sobre al ánimo de hacer crítica. Esta verdad no suele estar en los hechos contingentes, hay que documentarse bien mirando hacia atrás en el tiempo y pesando las consecuencias hacia el futuro.
- 3) Cuando se pertenece a un partido político no se puede ser objetivo. Un comentarista no debe estar afiliado. Debe arriesgar las consecuencias de enemistarse incluso con sus mejores amigos, porque la objetividad cambia todos los días, lo que hoy es blanco mañana es negro.

Comentaristas objetivos no hay, hay informadores objetivos.

- 4) A la falta de oportunidades, a la gente joven, a los problemas económicos del medio periodístico, y a que la dedicación al comentario

requiere un esfuerzo superior y mucho mas preparaci3n.

- 5) Debe ser como un buen m3dico, no dejar de estudiar nunca y observar con frialdad las miseria y las bondades del ser humano. No debe tener temor ni al poder ni a los poderosos.
- 6) Si su personalidad es lo suficientemente firme solo puede tener una dificultad, decidirse a tiempo para retirarse.
- 7) Cada vez el p3blico necesita m3s de orientaci3n. El c3lculo de informaci3n que lo est3 presionando diariamente impide a la opini3n p3blica formarse una idea clara y veraz de los principales acontecimientos. El comentarista tiene la misi3n de aclarar, informar, buscar la verdad, y aportar los antecedentes que no est3n al alcance de la opini3n.p3blica.

JUAN RAMON SILVA.

A continuaci3n las respuestas de Luis Hern3ndez Parker.

- " Un Comentarista de T.V. no se diferencia en nada de un comentarista de diario o revista. Lo mas difcil es escribir, lo escrito deja constancia; lo que se dice se lo lleva el viento, no queda constancia."
- " Hay Comentaristas pol3ticos, yo no lo soy".
- " Un Comentarista, yo, doy informaci3n, esa es mi labor, mi profesi3n."
- " No se diferencia de la de un reportero cualquiera."

El comentarista tiene los mismos problemas y dificultades que cualquier reportero."

" Un comentarista que se cree algo especial, est3 envanecido, pleno de presunci3n, enfermo de vanidad."

" Hay pocos comentaristas destacados, por lo mismo que hay un solo Kaplan, un solo y pocos profesionales destacados porque vivimos en un país chico."

" Chile es un país chico, por eso hay pocos comentaristas destacados, pero no debera haber tantos periodistas, que es lo mismo que comentaristas políticos, porque Chile es un país enfermo de la política. En verdad hay ya muchos comentaristas y reporteros políticos y debería también recordarse que la T.V. no solo debe ser solamente información y saturar a la gente con foros como sucede en algunos canales de T.V., sino que darle mas entretención. La gente está ansiosa de cómicos, arte, y además debería culturizarse más al público.

" No creo que el hecho o que sea el comentarista el que importe al público que los ve por T.V., sino que es la televisión misma que se vierte en los hogares lo que verdaderamente impacta a la gente, no el comentarista.

" Yo procuro ser objetivo, al hacer mis comentarios doy información , no mi opinión, además creo que mi opinión y orientación como persona no le intereza a nadie; lo que sí interesa es la información que yo esté dando.

" En cuanto a la manera de dar la información, claro que la T.V. es diferente, es más facil mirar las cosas, con un gesto, un movimiento de cejas, que escribirlas y saber dar lo que se quiere decir.

" Yo no doy mi pensamiento personal, creo y procuro ser objetivo y dar estrictamente información."

" En cuanto a la responsabilidad, creo que todo periodista o comentarista debe darse siempre con mucha responsabilidad. Esc vale para los dos.

Creo que la importancia del comentarista no reside en el sino en el público que lo escucha.

" Yo hago las tres cosas, escribo, soy reportero y hago comentarios en T.V. y a todas les doy la misma responsabilidad.

(WILLIAM A. WOOD)

EL EDITORIAL EN T.V.

El editorial, tal como lo entendemos en este capítulo, es un noticiario en que se expresa el punto de vista de la organización transmisora, no el personal del periodista. El tema puede versar lo mismo sobre el tiburón devorador de hombres que sobre las perspectivas de un candidato a un cargo público. Puede constituir el colofón de un programa documental, dentro del cuerpo de noticias duras, o transmitirse inmediatamente antes de conectar con el estadio en que va a jugarse un partido. En todo caso, siempre se presentará como expresión editorial de la gerencia.

El editorial destacado es un fenómeno de la Estación de televisión. Son escasos los que se transmiten a nivel de las redes nacionales, y actualmente no hay indicio de que ninguna de ellas vaya a asumir la responsabilidad editorial. Las cadenas de televisión alegan que un editorial transmitiría a través de centenares de estaciones afiliadas criterios que los televidentes podrían no compartir, lo mismo que localidades enteras, cuyas tradiciones, actitudes y problemas varían considerablemente en muchos aspectos, para hacer aconsejable la declaración de un solo punto de vista. Estas son las razones que hacen de las estaciones individuales el lugar natural y lógico de los editoriales, y allí es donde abundan.

Esta forma de periodismo, equivalente a la página editorial de un periódico, surgió en el campo de la radio y de la televisión hace relativamente poco tiempo. En los días primeros de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) el organismo regulador tendía a considerar que los editoriales en el aire no eran responsabilidad propia de las emisoras. Una estación de Boston lo intentó con el caso histórico de Mayflower, en 1941. Las emisoras siguieron su camino y los editoriales quedaron únicamente para los órganos de prensa, aún después

de haber cambiado de criterio la Comisión en 1949, aprobando concretamente la transmisión de editoriales y fijando un conjunto de reglas básicas. La WMCA, emisora independiente de radio de Nueva York, estableció editoriales regulares en 1954 y asegura que es la primera que lo hizo. La WTVJ, de Miami, Florida, que dice ser la primera que los adoptó en televisión, no empezó hasta 1957. Llegó el decenio de 1950 sin que un número considerable de estaciones introdujesen esta práctica.

Su desarrollo último ha sido extraordinario. Según el estudio realizado en 1966 por la Asociación Nacional de Emisoras (NAB) más del 50% de las estaciones de radio y televisión transmiten editoriales. Unas lo hacen diariamente, otras semanalmente y algunas con menos frecuencia; hay estaciones que lo hacen únicamente cuando consideran el tema especialmente importante. Este rápido aumento indica evidentemente que los editoriales televisados van a ser una forma permanente y eficaz del periodismo electrónico.

Como hay quienes estiman que acaso deberían las estaciones formar su propio criterio, después de haberlo autorizado la FCC en lugar de limitarse a la noticia escueta y a la transmisión en vivo y en profundidad de los temas, presentados con la mayor objetividad posible, examinaremos los motivos en que se basan los que han adoptado la práctica de los editoriales.

El estudio realizado por la NAB en 1966 mostró que las estaciones que transmiten editoriales lo hacen por algunos de los motivos siguientes: aceptar sus responsabilidades respecto a la comunidad y orientar la opinión pública; ganar prestigio como medios informativos de confianza, atraerse y crearse un público mayor; seguir las recomendaciones de la FCC o de la NAB, y reflejar la actitud de su personal y gerencia. He aquí cómo se expresan algunos hombres que trabajan activamente en este campo. Don Mozley, director de noticiarios de la KCBS, de San Francisco, (estación precursora, como la WMCA): "Una

fuerza orientaci3n editorial es testimonio de la autoridad que ejerce la estaci3n. Al prestigiarse los editoriales, se prestigia ella". Dale Clark, director de editoriales de la WAGA, de Atlanta: "Nuestros editoriales nos integran con la comunidad". Clayton Brace, gerente de la KOGO, de San Diego, decidi3 que su orientaci3n debia conquistarse un puesto en la estructura de poder de la comunidad. Eldon Campbell, gerente de la WFBM, de Indianapolis, opina que los editoriales dan categoria a las emisoras y "el reconocimiento unico... de que por lo menos, se defiende algo".

El editorial televisado suele durar de uno a tres minutos y es leido por el micr3fono o ante la c3mara, bien por el gerente de la estaci3n, bien por el director de noticiarios o editoriales. Se considera que es criterio de la estaci3n o de sus ejecutivos. Las ordenanzas federales exigen que el texto pueda ser examinado posteriormente, y se invita impl3cita o expl3citamente a los individuos, grupos u organizaciones que sostengan otro punto de vista a refutar el de la editorial en el aire. Muchas estaciones mandan por correo gran n3mero de editoriales antes de transmitirlos o mientras se transmiten, de forma que el texto que leen pueda ser estudiado y aceptado o discutido.

Las ideas seleccionadas para temas de editoriales, y las decisiones sobre el punto de vista que las estaciones deben adoptar, se ventilan en un consejo editorial, integrado corrientemente por los ejecutivos de la estaci3n, un director o redactor editorial y el director de noticias. Como ya hemos dicho, la frecuencia de los editoriales varia segun sea la estaci3n, pero el editorial suele transmitirse de dos a ocho veces (m3s en la radio que en la televisi3n) a diferentes horas del d3a o en dos d3as, a fin de llegar a los distintos sectores del auditorio. Los editoriales de radio pueden utilizar, adem3s de la voz del locutor, las de los altos jefes u otros personajes cuyas declaraciones tienen que ver con el tema o material del documental. Los

editoriales de televisión pueden ir acompañados de material visual al caso, como filmes, fotos fijas, mapas y gráficas. La EDSU-TV, de Nueva Orleans, que transmite gran número de editoriales, utiliza una historieta o chiste diario para expresar e inculcar el criterio de la estación, y ya otras comienzan a adoptar esta técnica televisora.

La mayor parte de las estaciones transmisoras de editoriales se concentran en asuntos locales y regionales. Parece ser que rehuyen los asuntos de carácter nacional e internacional por tres motivos. En primer lugar, cree el editorialista que no tienen suficiente conocimiento del tema o que carece de recursos para estudiarlos con responsabilidad; en segundo lugar estima que merecen menos su tiempo que los problemas locales. El tercer motivo, por lo menos para algunas estaciones, es que puede producirse en la localidad una profunda división con un editorial sobre asuntos nacionales y mundiales, o también que no hay suficiente interés por parte del público para tratar de estos temas.

Existe gran variedad de asuntos locales, muchos de los cuales son problemas comunes a numerosas localidades de todas las proporciones: la crítica del gobierno local y de los líderes políticos de la localidad; el derecho a elaborar leyes; un nuevo reparto de utilidades; la contaminación del aire y fluorización del agua; las viviendas y las barriadas pobres; la segregación racial; las escuelas, actividad contra la pobreza; la circulación de vehículos, su estacionamiento y las autopistas, el crimen; el control natal; y las contribuciones. Algunas estaciones desarrollan campañas de algún asunto local o regional. Otras sólo tocan una vez el mismo tema, o bien vuelven sobre él cuando no surte efecto el esfuerzo primero.

Frecuentemente, esos editoriales son invitaciones a la acción, pero no siempre. Según el fallecido Alan Newcomb, director de

relaciones públicas de la WBTV de Charlotte, Carolina del Norte, sus editoriales tenían por objeto " estimular a pensar más que a obrar". Bruce Palmer, de la ciudad de Oklahoma, afirma que ha intentado crear una " manera de pensar, no precisamente de obrar, en la localidad". En la WOOD ,de Grand Rapids, se cree que lo mejor que puede hacer la estación a larga es decir : " Nosotros pensamos... Ahora piensen ustedes "El director de noticias de una estación de San Francisco declara: " Nosotros llamamos la atención sobre cosas que la gente no había pensado". Dos estaciones televisoras de Seattle han estado tratando de crear con sus editoriales un clima ideológico para que no tenga por qué ocurrir una posible confrontación racial, no considerada probable en el Noroeste.

Una cosa puede ser el editorial de criterio genérico, y otra muy distinta el transmitido con valor sobre asuntos delicados. Con pocas y notables excepciones, la mayor parte de las estaciones los toman con cierta prudencia, y abundan más editoriales en defensa de la maternidad o propugnando intrépidamente que se cambie el nombre de la calle Mayor. Algunas estaciones no han progresado mucho en el sentido de aventurarse más allá de los temas seguros, aún después de haber adquirido alguna experiencia, pero muchas se han metido en áreas discutibles y acreditando un grado loable de firme fortaleza. Desde 1960, los editorialistas de radio y televisión han abordado temas más valientes, según afirma Harry Durning, prestigioso director editorial de la WBS, de Boston. El historial de su propia estación lo corrobora. Hace uno o dos años decía a su auditorio: " Los impuestos que están ustedes pagando no son en realidad tan elevados como creen". La estación se pronunció contra un referéndum para subir el sueldo a la policía de Boston. Se opuso a que los veteranos fuesen preferidos para los empleos. La WFBM, de Indianapolis, repitió muchas veces la verdad un tanto pelegrisa de que, mientras todos lamentaban la segregación racial en el Sur, Indianápolis tenía en sus escuelas una cantidad considerable de segregación ,de hecho.

El editorial indiscutible para una localidad puede levantar en otra una tremenda y apasionada polvareda. Cuando la KSTP de St. Paul propugna la ampliación de las restricciones de luz eléctrica para poner a Minnesota a la altura del resto de la nación, indudablemente provoca la indignación de la comunidad agrícola de la comarca. Cuando la WDSU de Nueva Orleans urge el cumplimiento minucioso de las leyes federales sobre derechos civiles en el " Sur Profundo ", no es probable que haga muchos amigos entre el elemento blanco y conservador.

Naturalmente es más probable que se solicite tiempo para contestar a los editoriales de la estación cuando son de índole discutible, y llevan un fuerte bagaje emocional para toda la localidad o para algunos de sus grupos. La mayor parte de las estaciones aceptan las peticiones de los grupos responsables de la oposición para refutar sus puntos de vista, porque así se produce un dialogo que puede despertar o intensificar el interés del público. Se pone a su disposición una cantidad de tiempo equivalente, y muchas estaciones proporcionan ayuda periodística y orientación a quien lee la refutación por el micrófono o ante la cámara. Algunas veces, la valiente actitud de la estación ha llevado el asunto ante los mismos tribunales.

La adopción de un criterio sobre los asuntos discutidos por parte de las emisoras, actitud definida y sin equívocos cuando se tratan de un editorial, las obliga a acatar ciertas disposiciones básicas del gobierno, cosa que no ocurre con sus organos en manos de la prensa. Aunque la FCC invita a las estaciones a definir sus puntos de vista a través de editoriales, también insiste en que, dada la índole de la radio y de la televisión, también debe exponer otros criterios para que pueda formarse idea el auditorio. Así lo recomienda la llamada "doctrina de equidad" de la FCC; pero ya estudiaremos su efecto en los editoriales de las estaciones, el apoyo a los candida-

tos a cargos públicos y otros aspectos afines, al tratar en otro capítulo de la regulación y control de las transmisiones.

Algunos editoriales indignan sin duda alguna a la gente, pero valen en realidad para algo práctico? Es raro el director de noticias o el gerente de una estación que pretendan que algo se debe a la eficacia de su editorial, y muchas veces es difícil asegurar. Puede haber muchas fuerzas que contribuyen a ello, muchos propugnadores y adversarios y diversas y heterogéneas presiones ejercidas sobre un problema de la localidad. El editorial televisado no es más que una voz. Sin embargo, ~~hay~~ una porción de casos en que puede observarse claramente que la televisión merece todo el crédito de los resultados obtenidos.

Pero podemos dejar sentados aquí unos cuantos puntos fundamentales. Las estaciones averiguan que sus públicos escuchan y hacen caso a los editoriales. Les prestan atención, reaccionan a ellos. Por teléfono, correo y verbalmente se las aplaude o se discuten sus puntos de vista. Frecuentemente llegan a la estación expresiones de desacuerdo con el editorial, pero también alabanzas por hablar claro.

Las reacciones a los editoriales parecen muchas veces confirmar nuestra creencia de que un gran sector del público norteamericano (que llamaremos "no lectores") se enteran sólo por la televisión y la radio de lo que está pasando en el mundo. En numerosas ciudades- todas las cuales tienen uno o más periódicos diarios-los directores de las transmisiones reciben con cierta inquietud llamadas telefónicas y cartas preguntando : "Dígame. Que es este programa" editorial" que oigo por su estación? Bueno, qué es un editorial? "La única conclusión que cabe deducir es que esas personas no leen la página editorial de su periódico, o si leen, no saben lo que están leyendo. Esto, es decir, que esos auditores sólo reciben por radio o televisión los criterios que asimilan, indica la importancia del servicio presta-

do y la responsabilidad de los editoriales transmitidos.

Pero el mismo sentido de responsabilidad que induce a estas transmisiones de editoriales es el que disuade a otras estaciones de esta práctica. Creen que no está muy bien valerse de su plataforma de televisión para exponer sus puntos de vista personales. Dicen que el editorial no es la única manera de que puede el periodista electrónico llamar la atención del auditorio a los problemas, hacerle pensar, impulsarlo a la acción. Pueden conseguirse los mismos fines con ciertos tipos de reportaje de profundidad.

En la KMTV, que no transmite editoriales, suelen decir: " Los hechos son tan elocuentes como los editoriales"; y, en la WBZ, que los transmite, sostienen que la presentación de los hechos en un documental lleva por fin al programa a la formulación de un punto de vista que puede tener efecto editorial. Cierta gerente de estación explicó su manera de pensar en relación con un concreto reportaje de profundidad con estas palabras: " En cuanto al problema de la contaminación del agua, en lugar de poner a un hombre en la pantalla para que diga a la gente que debe purificarse el río, pusimos a nuestro departamento especial a trabajar sobre el problema, y, al terminar el filme documental, el programa dijo a nuestra gente, a través de las voces de los especialistas que saben de qué hablar, lo que se necesitaba hacer. Esto, a nuestro entender, es lo más a que puede llegar un editorial".

(William A. Wood.-)

COMENTARIO, CONTROVERSA Y PERSUASION

El hombre de la televisión no tiene reglas escuetas y fijas que le indiquen cuanto tiempo y dinero debe dedicar a los programas de noticias y de asuntos públicos. Ni existe una definición clara del grado de responsabilidad periodística que le compete, aunque hay ciertos reglamentos de servicio público que presta a su localidad. Además el puede tener éxito con una política de un mínimo de noticias y programas sobre asuntos públicos, y un máximo de tolerancia si se excede de la mera presentación de las noticias, y con una completa ausencia de interpretación, análisis, comentarios o editoriales. Desde el punto de vista periodístico, este hombre mantiene una actitud de cumplimiento profesional simbólico.

A otro le puede ir bien con una táctica de máximo de noticiarios y programas sobre asuntos públicos. Quizá aborde temas difíciles y discutibles, ahondará en ellos, sin preocuparse por quien pueda dolerse, ni dejar la menor duda de que está dispuesto a que se hagan las cosas tal y como él cree que deben hacerse. He aquí a un periodista con verdadera entrega a su profesión. También puede haber, y de hecho son muchos, quienes adoptan una táctica intermedia entre las dos expuestas, y su grado de entrega profesional depende la mayor parte de las veces de cómo ven y practican lo que llamamos en este capítulo comentario, controversia y persuasión. Del hecho hay una escuela de hombres responsables de la televisión que plantea la cuestión ética de si su misión debe limitarse exclusivamente a transmitir la noticia.

Preguntan: ¿ compete propiamente a la televisión, aparte de su función de entretener, disuadir, persuadir, adoptar públicamente un punto sólido de vista? O debe limitarse a hacer la crónica de los acontecimientos contemporáneos lo mas objetivamente posible,

dejando que el auditorio forme sus propios juicios? Quizá no se reduzca todo a si quien toma la decisión, la gerencia de la emisora, es valiente o prudente. de lo que se trata, dicen, es de si hay muchos hombres en el campo electrónico que tengan sensatez suficiente para indicar a la nación o la localidad lo que deben hacer en asuntos de importancia vital; de si un instrumento tan poderoso como la televisión no posee tanta capacidad para hacer el mal como el bien. si se propugna un punto de vista, no existe tambien la responsabilidad de presentar los aspectos contradictorios? Pero no anulará esto quizá el efecto de defender cualquier criterio? Si algunas actitudes gubernamentales sobre la televisión son de tipo interrogativo está bien que las estaciones de televisión se aferren a un punto de vista determinado

Hay honradas divergencias en cuanto a cuestiones como estas entre las emisoras, como lo demuestra el parecer de dos locutores eminentes, ambos formados en el reporterismo. Howard K. Smith dice: "La verdad está donde se encuentra" Sostiene que, si los hechos indican que el periodista debe adoptar una actitud, hay que presentar al auditorio esa actitud, Robert Kintner, ex presidente de la NBC, opina: " No es cometido nuestro tomar partido por ninguna idea. Debemos presentar la historia objetivamente y dejar que el público decida por sí mismo."

Las tradiciones formadas por los columnistas y editoriales de los periódicos son las que surgieron la idea de expresar las opiniones propias por el aire. En realidad, la radio acudió a periodistas avezados como Boake Carter, Fulton Lewis y H V. Kaltenbirn, y a ellos se debe la abundancia de comentaristas por radio que hubo en el de cenio de 1930. De advertirse que estos comentaristas expresaron todos los colores del espectro político, hasta el punto de cualquier estación de una cadena podía sostener dos puntos de vistas contrarios. Además, este comentario no tenía que ver directamente con la gerencia de la estación a través de la cual se exponía.

Al expandirse la televisión después de la segunda guerra mundial, no continuaron los días felices del antiguo comentarista, sino que el personal regular de los departamentos de noticias y sus jefes comenzaron a expresar criterios que eran evidentemente los de la gerencia, o aprobados por ella. Durante el decenio de los cincuenta y en los años primeros del de 1960, particularmente cuando el editorial de la estación o emisora recibió el apoyo de la FCC- los departamentos de noticias, con la aprobación de sus respectivas gerencias, asumieron en las cadenas y estaciones la función de ser conciencia nacional o de la localidad en diversos grados, y se convirtieron en persuasores de liberados cuando a veces lo permitía la situación.

Quienes arrostran esta responsabilidad periodística no gozan de la libertad ni de la carta blanca que tiene la prensa para expresarse. Porque, al tomar partido, las emisoras incurren en la obligación reglamentaria de presentar el rostro o los otros puntos de vista. Como dijimos en el capítulo anterior, aunque la FCC recomienda la práctica de los editoriales y de exponer un criterio sobre los problemas corrientes, exige que todas las estaciones brinden oportunidad razonable para expresar puntos de vista contrarios a los suyos o a los defendidos por las personas que utilizan la estación, cuando se refieren a cuestiones discutibles, de importancia pública. La comisión no exige que se haga esto en el mismo número exacto de minutos, sino que haya una presentación equivalente de los demás criterios en la programación total.

La mayor parte de las emisoras y estaciones se oponen a este parecer de la FCC, pero aunque constituye un reglamento que nadie puede olvidar, no creemos que haya cambiado grandemente en muchos casos el tipo de comentarios, controversias y persuasiones dictados por las convicciones de la emisora o estación. Sea o no esta "doctrina de la equidad", por lo menos en cierto grado, obstáculo para la expansión

del periodismo electrónico valiente, el que lo practica estima que, si quiere cumplir plenamente con su misión o posibilidades de informar y orientar al televidente y al radio escucha norteamericano, tiene que presentar a su auditorio los grandes problemas del día, los cuales, en la mayor parte de los casos, se prestan a controversias.

Debemos hacer una advertencia que viene al caso. Un hecho incontestable, en que coinciden los defensores de ambas sentencias en esta discusión ética, es que ni el periodista más prudente va a lograr siempre ser totalmente objetivo. Quizá pueda afirmarse que la objetividad perfecta excede a la capacidad del ser humano, aunque sea un buen periodista. En el mundo de la televisión, en que tanto se exhibe la personalidad, parece quizá más difícil conservarse neutral que en otros medios de difusión. Una ceja levantada, una pausa, un matiz de la voz, tres palabras aparte del comentarista pueden hacer peligrar la objetividad de su comunicación. El orden de las escenas presentadas en el desarrollo fílmico de su reportaje, su longitud proporcional, la insistencia de la cámara en una toma determinada, la misma selección de las noticias que deben incluirse en una emisión, constituyen un juicio editorial y expresan un punto de vista. Quiérase o no, cualquiera de estos detalles pueden influir en el público, crear una reacción consciente o inconsciente, que puede condicionar el criterio del espectador, el cual debe decidir por sí mismo.

Las palabras "objetividad" y "controversia" no son términos absolutos más que en la definición del diccionario. Significan lo que quiere el que habla. La objetividad de uno puede ser lo que otro ha dicho, pero con un ligero variante de matiz. Lo que para uno es controversia puede ser transigencia y tolerancia para otro. Algunas contestaciones a lo que es discutible no pueden determinarse simplemente midiendo la reacción del destinatario del mensaje, que es el auditorio. Un reportaje presentado en la forma más objetiva para el comentarista puede merecer el reproche del perjuicio por parte del público. A veces un

tema discutible según casi cualquiera definición no produce reacción alguna por parte del auditorio.

Lo controvertible de un asunto depende de cuándo, dónde y a quién se le presenta. El control natalidad ya no da lugar a tantas controversias como hace unos cuantos años. Los derechos de sufragio de los negros sólo regionalmente son materia de examen. La ayuda pública únicamente se presta a controversias entre los conservadores de la nación. La WFBM, importante estación de Indianápolis, provocó una tormenta al defender la aceptación de la ayuda federal para la educación, el bienestar y otras actividades de progreso en su localidad, predominantemente conservadora. En cambio, no se habría producido tal reacción en Nueva York, Nueva Orleans o San Francisco.

Todavía después de haber determinado qué asunto es discutible en un caso particular, el reportero responsable no está seguro de cómo tratar la situación. Harry Reasoner, corresponsal de noticieros de la CBS, expone así el dilema:

Solía existir... una idea de la objetividad, en virtud de la cual cuando se concedía cierta cantidad de tiempo a exponer un aspecto del reportaje, había que dárselo también al otro. Este concepto de objetividad fracasó completamente... Por eso... cambiaron las antiguas normas de lo que era objetivo, para admitir la información que podía recoger un reportero inteligente. No se cree que el reportero deba comunicar noticias que le constan que no son verdaderas, sin hacerlo notar así. Debe informar y aportar datos documentales, así como dar cuenta de lo que alguien dice. Y el problema es que estas nuevas normas se prestan muchísimo a abusos.

Como debe tratarse hoy una cuestión controvertible? Los críticos dicen que, por lo que hace a las cadenas de televisión, el balance de las controversias arroja un resultado menos sano que hace unos cuantos años. Se asegura que en 1964 fue el año en que los documentales

se convirtieron por lo general en material cultural y de temas amenos dejando su carácter de problemas en que se ponían los puntos sobre las íes. Dicen que esto se debe al temor de los patrocinadores económicos, consiguientemente, de la gerencia. Richard Doan, del extinguido New York Herald Tribune, lamenta que haya terminado la edad de oro de las cadenas de televisión en cuanto a programas de asuntos público, y particularmente que estos ya no ocupen el tiempo mejor de las transmisiones,

Como hemos observado sobre los editoriales periodísticos que las cadenas de televisión suelen evitar-el documental no es el medio único de influir en la mente de los públicos en las materias controvertidas de la noticia.

Puede definirse el análisis como un examen crítico de los elementos del reportaje: Por ejemplo, el mensaje de Ho Chi Minh al Papa Pablo VI (febrero, 1967) no fue iniciado por el primero, sino en contestación al deseo que el Papa le manifestó anteriormente de la paz en Vietnam. Las condiciones que ponía Ho, eran el cese de toda actividad militar norteamericana en Vietnam, y de los bombardeos del Norte. No ofrecía nada a cambio por parte de los norvietnamitas.

Puede definirse la interpretación, como expresión del significado de la noticia. Así, por ejemplo, Ho Chi Minh se entera de que el presidente Johnson insiste en una acción recíproca a cambio de suspender los bombardeos, si va a haber conversaciones sobre la paz. En consecuencia, su contestación al Papa significa que no espera que haya conversaciones. Además, quiere decir que está seguro de que su nación tiene voluntad y capacidad para continuar la guerra, por lo menos de momento.

El comentario puede definirse como una glosa, explicación o crítica editorial de las noticias. Por ejemplo, la reanudación de bombardeos en Vietnam del Norte puede no ser suficiente para cambiar las ideas de los comunistas. Yo creo que sólo una intensificación considerable de la guerra llevaría a Ho a la mesa de las conferencias.

Cualquier reportero que se salga de la escueta comunicación de los datos tiene que entrar en el campo de una o varias ampliaciones de las noticias, como las que acabamos de exponer. El análisis puede realizarse con la mínima intrusión de los puntos de vista de reportero. Su manera subjetiva de pensar puede deslizarse en la interpretación, pero no es necesario. El comentario expresa claramente su opinión individual.

Al análisis y la interpretación de carácter más conservador se practican en general de una u otra manera, y van desde una simple frase a la terminación del reportaje hasta una exposición ideológica de tres o cuatro minutos, a cargo de un corresponsal prestigioso. Contribuyen positivamente a que el televidente o el radioescucha entiendan la noticia o noticias. Aunque después del análisis y la interpretación, el paso lógico es la expresión del criterio editorial, esto exige una técnica informativa más valiente y no es muy común hoy en día en nuestras transmisiones. El comentario que se haga produce un efecto considerable en el público, porque estimula más su pensamiento y contribuye a la formación de criterios afines u opuestos; el televidente se interesa profundamente por el caso.

El comentario es practicado, por lo menos a veces, en un nivel nacional por un puñado de noticieros o reporteros, en los que las redes de televisión creen que pueden depositar su confianza y reconocerles explícita o implícitamente el derecho a expresar su criterio respecto a problemas difíciles. Entre ellos están Howard K. Smith, Edward P. Morgan, David Brinkley y Chet Huntley. Eric Savareid transmitió un ensayo de media hora sobre Vietnam en Junio de 1966 calificado por Jack Gould, del Times, como "un paso en la dirección debida para conceder a los corresponsales de la televisión un margen más amplio en la expresión de sus puntos de vista, calificándolos explícitamente como tales".

Cada vez es mayor el número de estaciones que optan por temas controvertidos. Los mismos motivos que las impulsan a publicar editoriales parecen inspirar todas sus actividades periodísticas en el campo de la controversia. Como hemos dicho antes, algunas se definen en cuanto a determinado problema de la localidad, aunque su actitud pueda ser impopular. La EBZ, de Boston, lleva varios años atacando sin piedad la marrullería e incompetencia de la administración municipal y estatal, para despertar a un público indiferente. La estación KRLD de Dallas, ciudad muy firme en cuanto a no permitir que se pongan en tela de juicio sus prerrogativas, televisa una serie de debates que permitieron a los candidatos de la oposición al consejo municipal, la rara oportunidad de comparecer ante los votantes. Consecuencia: estos abrieron una brecha en el frente sólido y compacto de las fuerzas vivas, eligiendo a un miembro de la oposición.

La KRON, de San Francisco, transmitió un documental tolerante sobre el tema de los homosexuales.

Ha habido un caso radical--el de un locutor cuyo sentido de responsabilidad pública lo llevó al extremo de tener que abandonar la profesión--que se ha granjeado últimamente la admiración y el respeto de sus compañeros y del público... El propietario y gerente de la radioemisora WBOX, de Bogalusa, en Luisiana, (baluarte del Ku Klux Klan en el Sur Profundo), Ralph Blumberg, inició una campaña editorial para exhortar a los prohombres de la localidad a hacer lo posible por procurar la integración pacífica de las razas. Durante casi un año estuvo en la brecha, aguantando las amenazas contra la vida y la de los miembros de su familia. Los comerciantes locales, a cuyas expansiones estaba para la supervivencia económica de la WBOX, acabaron por ceder a las intimidaciones y boicotear la estación. Blumberg se vio obligado a venderla. De momento, tuvo que incumplir lo que sus principios le obligaban a defender. Quién puede asegurar que, a la larga, no haya hecho una

contribución gloriosa al periodismo valiente?

Al tratar de un tema que se presta a polémicas, la estación suele expresar su punto de vista o su versión de los dos contrarios. La WSOC de Charlotte, Carolina del Norte, ensayó una nueva forma durante la primavera de 1965. Convirtió a la estación en productora y vehículo de la controversia en el aire, pero no actuó como protagonista.

La controversia se produjo cuando el consejo directivo de la escuela de Charlotte-Mecklerburg propuso para el año siguiente un presupuesto de expansión del sistema escolar, que requería un aumento de quince centavos en el tipo impositivo del condado. Los comisarios del mismo propusieron una ley para que no se aumentase. Entonces el consejo directivo de la escuela organizó una asamblea pública donde las personas influyentes tratarían de defender su caso. Al ver estas cosas los observadores de WSOC se quedaron estupefactos ante la actitud del público en general, que no captaba el alcance de estos acontecimientos y buscaron la manera de que la estación ayudase. Decidieron ofrecer su ayuda al consejo escolar para presentar su caso a la asamblea, por televisión. La misma oferta hicieron a los comisarios.

El resultado fue que entre el personal de la WSOC y el consejo directivo de la escuela formaron un equipo que presentó por televisión el punto de vista del último a la reunión congregada en el gran auditorio de la escuela, por medio de monitores. Naturalmente, el programa pudieron recibirlo los televidentes de toda la localidad en sus aparatos domésticos. La estación no expresó punto de vista particular alguno, sino que se limitó a poner sus servicios y conocimientos técnicos de televisión a disposición del consejo escolar para que expusiese su criterio. La comisión del condado, que recibió la misma oferta, como hemos dicho, no quiso aceptarla.

El valor de esta actitud y servicio por parte de la es tación fue, según el director de noticias Carroll McGaughey, "...que ambas partes tuvieron oportunidad de utilizar al máximo la televisión para presentar sus respectivos casos a la luz mejor, sin interferencia del punto de vista que pudiera haber propugnado la estación". Naturalmente, este es un ejemplo de servicio prestado a la comunidad por una estación sin entrar ni salir en el problema discutido. La WSOC, a diferencia de algunas estaciones, no creyó responsabilidad suya poner se definitivamente al lado del consejo escolar ni de la comisión del co dado.

Las formas del periodismo que tienen por fin despertar el interés público por una causa-periodismo de cruzada- requieren un reportaje investigador, a veces llamado informe de la empresa, que con siste en depurar y averiguar los datos reales, o sacar a luz otros des conocidos o sólo sospechados, con el resultado de poner en la picota a los pillos y trapaceros, lo cual de por sí provoca los acontecimientos. Esta es una nueva desviación de los noticiarios, pero abre promesas tanto al nivel de las cadenas como al local. Como este tipo de reportaje es en realidad la elaboración de una noticia, vamos a estudiarlo en nuestro próximo capítulo. Basta decir aquí que, aunque no es la solución de todos los grandes problemas que discutimos aquí bajo el título de comentario, controversia y persuasión, constituye una arma poderosa para el periodismo electrónico que prefiere producir divergencias de opinión a transmitir escuetamente las noticias que pueden averiguarse por las fuentes normales a disposición de todo el mundo. Si la geren cia permite sin limitaciones ni tabús a su personal de noticias utilizar las herramientas de una selección informativa inteligente, que dé en el clavo, con sus programas de profundidad, editoriales e informes investigadores, la transmisión ejercerá una influencia abrumadora sobre la gente.

Debe ejercer un poder de esta categoría?

Yo creo positivamente que sí, precisamente por ser la televisión un medio de comunicación tan extraordinariamente poderoso. Y estimo que no puede permitirse manejar una controversia con tal cautela o tan habilidosamente, que los puntos de vista se neutralicen recíprocamente. Ed Murrow dijo: " No tenemos derecho a dejar a la gente con la impresión de que cada verdad tiene en su contra otra de igual peso". En el mundo de hoy y de mañana ,son demasiado trascendentes los problemas para soslayar los grandes temas discutibles o para cruzarse de brazos ante ellos. El público de nuestra democracia es el que tiene que tomar sus decisiones, pero debe galvanizarse para que se pronuncie a favor o en contra, y a veces hay que irritarlo y hacerle tomar parte, lo cual no se logra cuando se concede el mismo tiempo y razón a los pro y los contras, independientemente de sus méritos.

Si la NBC practicase estrictamente en sus noticiarios lo que sostuvo R. Kintner, o sea, la objetividad completa en las noticias no creo personalmente que estimulase a nadie a definirse, ni que fuese un servicio informativo bien perfeñado. En realidad, aunque no lo reconozca la NBC tiene fama de decir lo que piensa, lo mismo que las otras cadenas de T.V.

El periodista electrónico, lo mismo que cualquier otro debe desempeñar su misión moderadamente y con inteligencia. Tiene que saber de que está hablando antes de tomar partido por una idea. Pero el público debe esperar eso de él en nuestros días. En la mitad del decenio de 1960, los periodistas de T.V. están acreditando prudencia y tino, su formación y adiestramiento profesional y su responsabilidad en este sentido. En fin de cuentas, las restricciones gubernamentales, como la que hemos llamado doctrina de la equidad, deben irse suavizando poco a poco, si constituyen de verdad una traba, porque también el gobierno tiene que servir al interés público ;y la reacción de este a las emisiones que suponen valor periodístico, está empesando a indicar que

el público considera interés suyo.

El intento deliberado de atraerse al público al propio punto de vista carga una responsabilidad tremenda sobre las emisoras de radio y estaciones de T.V. Pero el periodismo electrónico ya superó su niñez. Quienes a él se dedican no deben rehuir el áspero y arduo camino hacia la verdad, tal como la vean. Permítaseme citar a un prestigioso y experto del campo electrónico.: Norman Swallow, autor y productor independiente, dice así:

" lo difícil... es seleccionar asuntos de interés público y condenarlos abiertamente como reprobables, o ponerlos por ejemplo de la realización democrática, evitar la trampa de creer que los políticos y otras figuras públicas son suficientes de por sí, porque el tema último de los asuntos públicos es el pueblo, y se se olvidan, somos nosotros los que salimos perdiendo... y, vista la importancia y poder de la televisión, ellos también . Pero lo más difícil y excitante a la vez, es convencerse de que la televisión también es o debe ser una fuerza viva, y combatir el conformismo y el estancamiento con ferocidad incansable."

EL COMENTARISTA DE T. V. : NUESTRA REALIDAD

De simple glosador y autor del análisis de la noticia, labor que desempeñaba casi anónimamente hasta hace poco, el comentarista de T. V. parece haber saltado al primer plano de los acontecimientos.

Su labor es fuente de continua polémica en estos días en nuestro país y se enjuicia y analiza su desempeño como profesional, su calidad humana tanto como su filiación ideológica y política. El público, a diferencia de tiempos pasados ya no mantiene su pasividad con respecto al comentarista, por el contrario, ya sea mediante el uso del teléfono o la carta manuscrita le hace llegar su opinión favorable o desfavorable. Así, la figura del comentarista de T. V. parece haber caído de su pedestal intocable para convertirse en un hombre, profesional, pero sujeto a aciertos como también a errores. Es inconveniente entonces pensar que el televidente en estos tiempos acepta pasivo la opinión del comentarista, muy por el contrario, de inmediato manifiesta su opinión e incluso obliga al comentarista a rectificar su declaración en determinados casos.

Se discute en la actualidad y se pone en tela de juicio la preparación y aporte del comentarista y la mayoría de las veces se le critica su forma de expresarse, la terminología que emplea, pero es un hecho que, aún a pesar de el mismo, el comentarista de hoy tiende a convertirse en "comentarista estrella".

Al afirmar cualquiera de las características que tipifican al comentarista en nuestro país hay que tener presente la heterogeneidad de nuestros comentaristas. Hay en Chile comentaristas para todos los gustos y de todos los estilos, aunque triste es afirmarlo, los dignos de destacar pueden contarse en los dedos de una mano. Así existe el comentarista especializado (fútbol, espectáculo etc.), el político y aquel que opina acerca de cualquier tema pero sin calar profundo. Frente a estos aún aparece en nuestra T. V. un tipo de comentarista que se limita a aparecer leyendo un texto rígido, sin vida y evidentemente antitelevisivo.

Injusto sería ignorar el hecho de que los canales de T. V. , se puede citar específicamente a Canal 7 en su noticiero nocturno, están procurando superar estas rigideces tratando de presentar la mayor cantidad de imagen en sus programas noticiosos lo que contribuye a mejorar los noticieros y hace menos pesada la aparición del comentarista.

Problemas Actuales:

¿Puede o debe un comentarista aferrarse a la objetividad?
¿Es posible, o conveniente ser objetivo? ¿Existe la objetividad para el comentarista de T. V.?

Esta grave disyuntiva aún parece no haberse superado para

el comentarista en nuestra realidad televisiva. Hemos visto en nuestro trabajo que un comentarista de la talla de Hernández Parker afirmar que él se aferra a lo objetivo de los acontecimientos. Sabemos nosotros que esta presunta objetividad es ignorada por todos aquellos que piensan que hay que estar comprometido. Esta circunstancia ha sido fruto de polémica por años y en lo que respecta a nuestro comentarista parece no haberse superado, ya que aún desencadena conflicto y continuos roces incluso entre los propios comentaristas de uno y otro bando.

¿El comentarista de arte, cultura y espectáculo está desapareciendo en nuestro medio televisivo?

En el concierto de la política nacional el comentarista de arte, de cultura, de espectáculo pasa tristemente inadvertido. Salvo contadas ocasiones este tipo de comentarista aparece relegado hasta el punto del más completo abandono. El comentario político absorbe casi completamente el interés del chileno.

¿Comentarista = Orfandad de valores?

En la televisión nacional no están surgiendo comentaristas de renombre. En parte puede ser a causa de la falta de estímulos y oportunidades, como ha señalado en nuestro trabajo Juan Ramón Silva, o quizás se deba a que "Chile es un país chico" como afirmó Luis Hernández Parker, pero el caso es que no surgen grandes figuras del comentario en T. V.

CAPITULO VII

EL POLITICO EN T.V.

EL POLITICO EN LA TV.

Al hacer un estudio de la participación del hombre público del político , de la autoridad en la TV , es necesario dar una visión de lo que se entiende por político , su actividad y lo que significa la ciencia política , como también del lenguaje que éste utiliza .

Qué es política ?

La política es el arte de gobernar dictando leyes , reglamentos o decretos , que promuevan el bien común y estas mismas haciendo las cumplir .

La ciencia política es aquella que determina las funciones del Estado dentro de la sociedad , de que es representante y en la sociedad universal de los Estados a que pertenece. La Ciencia Política también estudia los medios para la recta consecución de las funciones mismas del Estado .

Quién es el político ?

Es un individuo que sujeto a ciertas ideologías económicas , sociales , políticas auna en su persona el apoyo de cierta parte de la sociedad , con la finalidad de tener un respaldo de ella y poder manifestar y determinar lo que es bien público .

Qué es autoridad ?

Es una persona o reunión de personas que ha recibido el apoyo y delegación de poder de la sociedad en la que vive; que en ella han depositado la facultad para dictar normas que regulen los distintos factores que influyen en el desarrollo de la sociedad completa .

Ahora bien , una vez analizado y definido el político , estudiaremos , en forma general , el lenguaje y el comportamiento que éste utiliza para encontrar ese apoyo en la sociedad.

El hombre público , el político siempre usa un tono imperativo , que da seguridad y confianza .

Este necesita persuadir , conquistar , para lo cual utiliza una serie de técnicas ; la repetición de consignas , es la mas no-corrida ; el uso, de las palabras "democracia "y pueblo, lo hacen con gran sabiduría y habilidad .

Todo el lenguaje político se basa en una infinidad de símbolos como "gancho" , para que se identifique el que escucha con el político. Este efecto de identificación entre las consignas y el hombre público se transformará en el futuro en un apoyo , que es precisamente lo que busca el político .

Como dice Stephen Hullmahn " este lenguaje es tan cargado de consignas que ha llegado a perder el completo sentido de objetividad . Es así que ya no importa el verdadero valor de las palabras , sino el efecto que produce en la sociedad . " Es decir el político se enfrenta a la gente , dispuesto a ganar el apoyo de ella , para lo cual llega al extremo de no importarle lo que exprese , sino como lo hace , por que están contentos que el efecto que producen es mas bien emocional , que racional .

Para lograr esto usa símbolos de carácter sentimental , como vote por su seguridad; chileno ... no estás sólo , etc .

Hay una gran diferencia en el lenguaje del político , según sea su ideología; es así como el de izquierda es de carácter impersonal ; se habla por todos , por la masa , por la comunidad , el pueblo en general . La lucha perpetua por las reivindicaciones de clase , por lograr una igualdad , hace que el lenguaje izquierdista sea violento , duro y persuade a la lucha .

Ahora frente al utilizado por la derecha , se contraponen en todos sus rasgos ; es de gran cuidado en las palabras empleadas, que generalmente llevan a una calma , de planteamientos de paz y de unidad , todo en ámbito de lo quechual . Los valores de Patria y Libertad son exaltados hasta la exageración .

Si analizamos el vocabulario del izquierdista , veremos que está saturado de ciertas palabras "tipos" , como burguesía , cerco capitalista , vigilancia revolucionaria, todos los cuales van encaminados a crear una conciencia de clase .

El político frente a la TV.

En Estados Unidos , el caso Kennedy -Nixon en 1961, dio una muestra del efecto que tiene este medio de comunicación. El candidato John Kennedy utilizaba ante las cámaras de TV un lenguaje directo , poseionado que estaba dirigiéndose a una gran cantidad de personas que recibían sus palabras .

Mientras que Nixon con un lenguaje duro y frío , con tono dominante y sin tener ninguna expresión corporal ; la TV le produjo un efecto desfavorable . Kennedy lograba llegar y hacer sentir sus palabras en la gran masa anónima televidente .

Según el estudio que realizó George Lang , sobre la campaña que precedió a la elección de John Kennedy , se deduce que la TV no cambia el parecer o preferencia del televidente , sino que produce más bien un efecto, más emocional que racional . Dice Lang "la percepción selectiva hace que la gente retenga , lo que corrobore la opinión anterior. Lo que cambia es la idea preconcebida de la gente con respecto a los políticos .

En Francia con De Gaulle ocurrió un fenómeno parecido ; un ejemplo de ello fue con el golpe de Argelia , el 26 de enero de 1960 en que De Gaulle habló por TV , reteniendo la atención del 50% de la población de Francia .

Para la elección presidencial en Chile de 1970 , los tres candidatos tuvieron que enfrentar la TV , como un medio de llegar a las mayorías , pero éstos lo hicieron , en la mayoría de los casos , de un modo tal , que desperdiciaron el valioso medio de comunicación que tenían .

Esta realidad se dio en el caso del candidato Alessandri , quien conocedor de sus defectos físicos , no supo superarlos ~~o~~ ~~contra-~~ contrapesarlos con la utilización de un lenguaje directo y claro que llegara a las mayorías . Su carácter torpe , la lentitud de raciocinio , perjudicaron de tal forma su imagen , que el mito que se había creado alrededor de su nombre - voluntarioso , firmeza , autoritario - se derrumbó a tal punto que , con la primera aparición ante las pantallas de TV , hubo ~~en~~ más de diez mil desilusionados . En las siguientes no lograba adaptarse al medio de comunicación.

Para Alessandri la TV "es una máquina fría que nunca podrá reemplazar al hombre .

El caso de Tomic fue diferente , sus presentaciones en la TV estaban dirigidas a la gran mayoría , pero con un lenguaje que no estaba al alcance de todos ; su rapidez para expresar sus planteamientos y su estilo ametralladora para hablar , impedían al televidente , dejar en una forma clara los conceptos. Perjudicaba en gran medida el efecto, ~~los~~ movimientos demasiado bruscos de sus brazos y la exaltación , en muchos casos , en que incurría . Para Tomic una definición de lo que es TV para un político sería " Caín perseguido por el ojo de Dios " . La pantalla de TV hace sentir , al que tiene que expresarse por ella , la sensación que lo observan un millar de ojos , por el lente pequeño , lo que produce un efecto tal que pone duros a los hombres públicos, pierden

la soltura de movimientos y facilidad de expresión , esto generalmente ocurre cuando se encuentran solo frente a la cámara .

Allende consciente de la importancia que tenía la TV , en el resultado de la elección , se preocupaba de que la comunicación fuera en un tono lo mas directo posible y utilizando un lenguaje claro y al alcance de todos . Sus presentaciones eran de tal modo directas , que el televidente se sentía que era el único espectador del candidato , que a él se le dirigía . Todo esto es porque utiliza un comportamiento coloquial , siempre expresivo , sin la exageración , que permite que el telespectador se sienta atraído por el que ve y escucha . Allende supo conjugar un estilo muy directo , un lenguaje claro , con una expresión corporal envolvente . Tanto fue el cambio que tuvo frente a las cámaras de TV que se lo llevo a comparar con Fidel Castro precisamente por haber logrado captar el modo para comunicarse con el pueblo mediante la TV .

Allende define la "TV como algo de mucha frialdad , pero con mucho calor " . Frialdad de sentirse solo frente a un lente , que lo persigue , pero que detrás de él hay millares de personas que están pendientes del mas mínimo gesto o error , que pueda cometer . Es muy difícil poderse comunicar cuando delante no hay una persona sino una máquina , con todas sus exigencias y limitaciones . El calor viene de las luces y reflectores que se necesitan para la transmisión por TV .

Los Programas Políticos en la TV .

Los espacios de TV donde participan hombres públicos o políticos tienen en Chile una gran aceptación en período de elecciones , ya que el pueblo tiene que elegir y determinar su candidato , para lo cual se informa ; pero cuando las elecciones ya no son algo inmediato , el televidente pierde parte del interés por ver este tipo de programas .

Estos espacios de TV dedicados al analisis político han colaborado en gran parte a la formación de una conciencia política nacional , pero al mismo tiempo que la gran masa anónima ha logrado esta conciencia , es que exigen más de estos programas de TV . Ya no queda satisfecho con la disertación que pueda hacer un político sobre un tema determinado , sino que exige una mayor movilidad , un planteamiento que pueda ser rebatido en el acto ; exige que se ~~plantee~~ plantee el político frente a los otros de distintas ideologías .

Los programas políticos de la TV se pueden clasificar en dos tipos : rígidos y flexibles .

Los rígidos están limitados en tiempo y espacio ; el político tiene un determinado tiempo para exponer sus planteamientos , lo que dificulta mucho la exposición . La réplica o la corrección se tienen que hacer en el turno siguiente . Se pierde por lo tanto , el interés y el diálogo desaparece por completo . Un ejemplo de ello es el programa de Igor Entrala "El Juego de la Verdad" , donde participan un moderador y tres expositores. Cada uno de ellos tiene un tiempo muy corto para exponer y luego le corresponde al que continúa , produciendo con este sistema verdaderos monólogos , que en muchas ocasiones nada tienen que ver con los planteamientos de los otros expositores . Este tipo de programas por su estructura , hacen perder el interés del televidente porque entrega una gama de exposiciones o respuestas , sin variedad , enmarcadas por el tiempo limitado , que no deja la libertad para interrupciones de los otros participantes , que generalmente dejan mas claras las cosas .

En el caso de Reunion de Prensa , donde participa un entrevistado y varios periodistas , la limitación que se imponía a los otros participantes del Juego de la Verdad, se hace menor , ya que se le entrega una pregunta y puede desarrollar el tema con mas facilidad y por lo mismo mas claro , lo que también permite las acotaciones de los periodistas , creándose de esta manera un real dialogo entre los participantes ;

Los programas flexibles permiten una mayor plasticidad , mas movimiento , los temas a tratar son variados y por lo tanto se entrega una amplia visión ; los políticos o participantes al tener mayor libertad , se expresan en un lenguaje mas al alcance de las mayorías y por este dialogo que se produce , se identifica más con el televidente , que mantiene un gran interés por el programa .

Los comentarios , la discusión , el intercambio de opiniones sobre un determinado tema , como ocurre en el programa "A esta hora se improvisa " y " A tres bandas " , permiten que los expositores puedan desarrollar los temas con gran libertad , que al mismo tiempo, se traduce en un lenguaje más directo , más claro . Pero al mismo tiempo que se tiene gran libertad , esta el peligro que por lo mismo , se pierda el sentido y la línea que se quiere dar al programa .

Crisis de los Programas Politicos .

Pero a pesar de lograr captar a la gran masa de televidentes con este tipo de programas , los mismos políticos , los moderadores , no han sabido valorar la realidad , desperdiciando el contacto y la comunicación ya establecida con el pueblo. Un ejemplo de ello es el caso del programa "A esta hora se impone" que por la misma libertad que se les entrega a los participantes , estos se permiten entregar unos planteamientos que a muy escasas personas les pueden interesar . Un alto porcentaje de ellos se han transformado en discusiones que no permiten dejar claras preguntas que se hagan . Algo semejante ocurre con las alusiones personales e injurias que incurren los políticos , sin darse cuenta de la importancia que tiene para el televidente , que al menos demuestren respeto por ellos .

La violencia que se ha desatado en estos programas , producto del acaloramiento en el debate de las exposiciones , ha transformado los estudios de TV , en poco menos que "ring" de box, lo que es denigrante para la TV . Estas manifestaciones pueden permitírseles en la Cámara de Diputados , donde nadie los ve, ni escucha . Con este comportamiento , que rebaja el nivel de los participantes y del moderador , que pierden su calidad de tal al no moderar , rompen la comunicación entre el político y el televidente .

El político , en su gran mayoría , no aprovecha este canal de comunicación masivo , en la magnitud que debía ser; Este se expresa de igual forma al que utilizan frente a los micrófonos de la radio . Aun no se valora la riqueza de la imagen . La expresión corporal , la presencia física , no la han cultivado . Es necesario establecer una gran diferencia en la presentación de y en el efecto que produce en un micrófono de radio , que en la TV .

Conclusiones sobre este tema pueden extractarse de las mismas páginas de este trabajo , pero es necesario dejar establecido que el político, es hasta el momento , no ha desarrollado una "política" y una disciplina , para enfrentarse a las cámaras de TV, como lo hacen en otros países , que tienen instructores especiales para dominar la técnica televisiva , donde se les imparte clases de dicción y expresión cultural , muy necesario para dar una buena exposición por las cámaras de TV.

CAPITULO VIII

EL ARTISTA EN LA T.V.

EL ARTISTA EN TELEVISION

"Los artistas de toda suerte que actúan ante el público sufren profundamente, al parecer, las consecuencias del vertiginoso desarrollo y generalización de los métodos y técnicas de grabación y reproducción del sonido y de la imagen en lo que a sus actuaciones e interpretaciones se refiere" (de un informe de la OIT, publicado en 1951).

Desde los tiempos de Grecia nada había cambiado entre el actor y su público: la presencia física de uno y de otro se hacía necesaria. Sin embargo, esto ha sido modificado en el siglo XX, creándose condiciones totalmente nuevas para el artista.

Con la aparición de la TV el vínculo se ha roto: El espectador ya no necesita asistir a la interpretación, puesto que sin realizar esfuerzo alguno, tiene en su propio hogar la música y el espectáculo. "Cuando el actor ríe o llora, o cuando el violinista desliza el arco por las cuerdas de su instrumento, la interpretación puede transmitirse, mediante señales y pulsaciones, a todas las naciones o continentes" (OIT Panorama).

Tradicionalmente, el público del actor fue un mar de semblantes humanos extendidos en la oscuridad de una sala. Hoy, se ve con frecuencia, convertido en el ojo inmóvil y único de la cámara de TV. Lo mismo ocurre con el músico, para quien el público no es más que una serie de micrófonos con batería y un equipo de grabación.

En todas las épocas el artista ha debido afrontar la incompreensión de la sociedad, y hoy día, su situación no ha variado en gran medida. Salvo excepciones, el artista no cuenta con ocupación ni remuneración estables y aún debe realizar grandes esfuerzos para ser aceptado. Sin embargo, siempre ha podido jugar un triunfo : su interpretación.

Para el artista de variedades la TV representa otro medio multiplicador de su espectáculo. Aunque, puede ocurrir, como el caso del prestidigitador "tragasables", que al presentar el número a través de las cámaras no tenga más que ofrecer, ya que en una sola noche han visto su atracción miles de espectadores y a veces millones.

Los actores sufren también las consecuencias inherentes a este medio: puede que en una semana la TV haga famoso a un actor, y que en un espacio de tiempo semejante, lo deje caer porque el público se haya cansado ya de verlo en la pantalla.

DIFERENCIAS DE LA TV CON OTROS MEDIOS DE DIFUSION ARTISTICA

Una característica esencial- desde el punto de vista sociológico- es que la TV llega al público en su hogar al contrario del cine y del teatro en que se está ante un público reunido en una sala y que ha pagado por el espectáculo.

En segundo lugar, el actor o el cantante cuya audición se trasmite por TV, no puede ver ni seguir las reacciones de su público. Conoce sus juicios de manera indirecta aunque está sometido a la sanción del ranking. Este carácter unilateral de la comunicación entre el emisor y su público, se da también en el cine. Pero, con una diferencia importante: un film puede ser presentado durante días, semanas, o años, en tanto que la emisión televisada es generalmente única.

"El aparato receptor es un instrumento que se tiene a mano, que se prende o apaga a voluntad, que informa instruye o distrae, sin que haya que molestarse para ello". (Jean Cazeneuve.- Sociología de la Radio-Televisión).

EL PUBLICO

Frente a la pantalla chica el público se siente más tranquilo, está en su casa; tiene la impresión que las estrellas del cine o del teatro llegan junto a él, hasta su intimidad familiar. Las personas interrogadas por Dumasedier en su encuesta sobre los televidentes, se mostraron impresionadas porque los programas de variedades, frecuentemente, les presentaban a las vedettes sin pose alguna, como en la vida cotidiana. Según Dumasedier "es lo maravilloso a domicilio".

El artista ya no es considerado por el público "inaccesible" como sucede con las estrellas de cine, sino como un amigo que se puede tratar familiarmente, puesto que lo ven en su casa a través de la pantalla.

En general, el telespectador prefiere programas fáciles que lo alejen de sus preocupaciones cotidianas. En sondeos efectuados por la ORTF, en 1957, a los telespectadores franceses, dieron el siguiente resultado en cuanto a los géneros de programas preferidos. En orden decreciente: teatro, variedades, films, reportajes, emisiones culturales. En 1960, una clasificación más detallada daba los siguientes resultados:

Teatro, 23%; informaciones, 15%; reportajes, 14%; variedades, 14%; films, 11%; emisiones científicas y literarias, 11%.

Un estudio publicado por la UNESCO sobre los gustos de los telespectadores en USA, nos muestra que si agrupamos en una misma categoría todas las emisiones teatrales, éstas ocupan el primer lugar. Esto concuerda con las encuestas hechas en Francia, Inglaterra, Alemania y en general, en todos los países.

Cabe sin embargo destacar, que estos porcentajes varían según el sexo, la instrucción, y - en menor grado - según la clase social del telespectador.

EL CINE Y LA INFLUENCIA DE LA TV

Sin duda que la influencia de la TV se hace sentir sobre todo respecto al cine. Es más cómodo y económico permanecer "en casa" frente a la pantalla chica.

Es evidente que la concurrencia al cine disminuyó en todos los países en la medida que la televisión se expandió. En Gran Bretaña descendió de 1 millón 180 mil espectadores por año en 1955, a 750 mil en 1958; en USA, de 82 millones por semana en 1946, a 46 millones en 1955.

En Francia, un sondeo hecho por la RTF en 1959, da los siguientes porcentajes de respuesta a la pregunta: "Desde que usted tiene TV ¿va más, menos, o igual al cine?" Más: 0% ; Menos: 81% ; Igual: 19%. Los productores de cine, conmovidos por esta rivalidad peligrosa, reaccionaron perfeccionando sus técnicas y obteniendo en muchos países, que no se difundieran por televisión films recientes.

LA TV Y EL TEATRO

El problema es en este campo ligeramente diferente, pues el público del teatro no es exactamente el mismo que el de los espectáculos de gran difusión.

OCURRE QUE LA TV revela el interés de ciertas obras a personas poco familiarizadas con la tragedia o la comedia, despertando el gusto de ir al teatro. El hecho de que "Británico", de Racine, en dos horas haya tenido una cantidad cuatro veces mayor de espectadores de lo que tuvo en tres siglos, puede ejercer una acción estimuladora en favor de los teatros donde se presentan obras clásicas.

Sin embargo, el acaparamiento de las horas de ocio por la pantalla chica, se manifiesta aquí por una disminución sensible del auditorio, aunque menos que la sufrida por el cine. En una encuesta de la ORTF (en 1959) ya citada, a la pregunta "Va al teatro más, menos, o igual que antes", las respuestas se distribuyeron así: Más: 2%; Menos: 63%; Igual: 35%.

EL ACTOR DE TEATRO EN LA TV CHILENA

De entrevistas realizadas en medios teatrales chilenos se ha llegado a establecer los siguientes puntos de comparación:

1.- Los actores nacionales que han ingresado al medio televisivo, extrañan ese lazo sutil de comunicación, ese contacto con el público a pocos metros del escenario. Para ellos el teatro significa "contacto, calor". La TV "frialdad".

2.- El teatro exige mucho más del artista, el que debe entregar una actuación acabada producto de muchas horas de preparación. Por otra parte, el actor tiene aquí la posibilidad de superarse de una función a otra.

La TV, en cambio, le produce cierta frustración. En primer lugar, porque el artista carece del tiempo necesario para preparar su actuación, y segundo, porque ésta es generalmente ~~única~~ única - lo haga bien o mal - el actor no tiene la oportunidad de redimirse.

3.- La actuación teatral debe realizarse con todo el cuerpo, exagerando ciertos matices, para que el público - hasta el espectador de la última fila de la sala - capte lo que se quiere expresar.

En televisión suele actuarse parceladamente; por ejemplo, se puede destacar la expresión de las manos utilizando un close-up. Este trabajo en base a las cámaras - son ellas las que imponen las exigencias - hace que el actor se sienta "su esclavo".

4.- El teatro actual de vanguardia posee una temática conflictiva que hace que el espectador participe, piense, y saque por sí mismo una conclusión. En la TV, ésta tiende a ser simple, ya que posee la finalidad casi exclusiva de entretener. De esta manera, le entrega todo listo al telespectador, convirtiéndolo en un mero receptor.

5.- En una sala de teatro el público puede ver lo que quiere; la escena completa está ante él. En TV, en cambio, por medio de los efectos técnicos, la actuación se parcela a lo que el Director desea mostrar.

6.- La TV es un medio técnico de comunicación masiva. Tratar de hacer en ella teatro propiamente tal, es "traicionar a la TV".

7.- El actor añora siempre el teatro. En su mayoría no trabaja en TV porque le gusta, sino más bien, por razones de carácter económico.

LOS PROGRAMAS TEATRALES

En nuestro medio abundan las teleseries teatrales dirigidas a una masa con el fin exclusivo de entretener. En su mayoría son melodramas, de escaso o ningún contenido, como la sufrida "Chica del Bastón", emitida por Canal 13 hace algún tiempo.

Mención aparte merece "El Padre Gallo", teleserie presentada por el canal estatal que alcanzó gran aceptación del público en todos los estratos sociales. Se trata de una representación de corte divertido - con el fin de captar el interés del telespectador - pero que, además, posee un gran contenido social.

Existe también otro tipo de representación teatral que va dirigido especialmente a la juventud, como es el caso de "Tele-club juvenil", donde se analizan los problemas entre padres e hijos y se pretende buscar el por qué de las actuaciones de unos y otros en determinados momentos de la vida.

El hecho de que en nuestro país no exista calidad en este tipo de programas se debe, sin duda, a que la representación teatral tiene un costo muy elevado. A diferencia de

....otros países, incluso latinoamericanos, en donde la TV ha alcanzado un mayor desarrollo, los Estudios con que cuentan nuestros Canales no están adecuados para el montaje de buenos escenarios, y carecen, muchas veces, de la cantidad de recursos técnicos necesarios.

Por otra parte, y en menor grado lógicamente, está la actitud pasiva del público que se conforma con lo que se le da, sin exigir superación.

CANTANTE VERSUS TELEVISION

El cantante que actúa en TV debe cuidar ciertos aspectos que son elementales:

En primer lugar, debe adquirir un conocimiento previo de lo que es estar ante las cámaras, y enseguida, tratar de familiarizarse con el medio: movimientos de cámara, efectos de luz y sonido, etcétera; pequeñas cosas que le permitirán lograr una mayor seguridad en su actuación.

Necesita de una concentración especial, para así, superar la ausencia de público y al mismo tiempo, convencerse de que está entregando al público lo que verdaderamente desea entregar.

Por otra parte, el hecho de que la TV sea un medio directo, por el cual el artista llega a los hogares sin ser invitado, es un arma de doble filo ya que el telespectador puede cansarse de su presencia y rechazarlo. Es por esto que el cantante, lo mismo que los artistas de otro género, debe cuidar acuciosamente su interpretación: darle una expresión natural; ser, o dar la sensación de autenticidad; necesita, además, ser espontáneo, sin recurrir a la exageración.

LOS SHOWS EN LA TV CHILENA

Una primera clasificación de este tipo de programas en nuestro país, nos lleva a distinguir entre show preparado y presentado por un artista, y show presentado por un animador, quien participa en su preparación asesorado por un grupo de guionistas.

Dentro de la primera categoría podemos mencionar el "Majope Show"- posteriormente convertido en "El Show de Maitén"- y el "Show de Luis Dinás", tipo de espectáculos en que el cantante hace las veces de animador contando, en muchas oportunidades, con la compañía de artistas invitados. Lamentablemente, pese a reflejar una cuidadosa preparación y una superación constante de parte de sus realizadores y recibir, por tanto, buena acogida del público, éstos programas han desaparecido.

En nuestro país, los canales de TV dan preferencia aún, a los shows de artistas extranjeros - programas "envasados" - que tienen un costo más bajo. De esta manera, los artistas chilenos salen a otros países donde puedan encontrar verdaderas oportunidades.

En la segunda categoría tenemos, "Sábados Gigantes" en Canal 13, con la animación de "Don Francisco" y "Sábados en el 9" del animador Enrique Maluenda. Estos shows no son exclusivamente musicales, ya que, además de la presencia de cantantes, cuentan con entrevistas, concursos, premios, etc.

En general, ellos adolecen de un gran defecto, y es, la carencia de creación, de originalidad, requisitos básicos para que la presentación resulte atractiva. Es necesario que los shows cuenten con grandes escenarios, buenas orquestas, Ballets y, además, con cantantes que conozcan y sepan aprovechar el medio.

Pero, principalmente, deben poseer originalidad y no ser meras copias de lo extranjero.

En cuanto al papel del artista, específicamente el cantante, éste debería tratar de variar su repertorio, entregando cada vez algo nuevo al telespectador de manera de captar su interés y no cansarlo como sucede a menudo.

Finalmente, cabe destacar aquellos programas de corte folklórico, como "Raíces del Canto", "La Peña de los Parra", "Una voz para el camino", de los cantantes denominados "comprometidos".

La TV debería ampliar su programación en este sentido ya que estos intérpretes, además de poseer gran calidad artística, reflejan en sus canciones el sentir de nuestro pueblo. Su canto es una protesta ante la miseria y la injusticia.

NUESTRA REALIDAD

En Chile el medio televisivo presenta un campo limitado para el artista: La existencia de programas artísticos nacionales es hasta el momento escasa, debido a que los canales no cuentan con los suficientes recursos para producirlos. Así, los espacios deben completarse con shows de artistas extranjeros, películas, teleseries y teleteatros "envasados" que tienen un costo más bajo.

Como una manera de demostrar esta situación, presentamos el siguiente cuadro extraído luego de analizar la programación diaria de los tres canales santiaguinos, hasta el mes de Mayo de 1971.

CANAL 13.- Universidad Católica.

En el género teatral está "La Manivela", obra humorística de tesis, con un promedio de siete actores por programa, cuatro de ellos como elenco estable. Acargo del Departamento de TV Educativa está "Mini historia juvenil", teleteatro breve - veinte minutos de duración - con fines educativos. Por último, "Juani en Sociedad", comedia producida por PROTAV (Empresa Privada).

En lo musical figuran "Sábados Gigantes" -show animado por "Don Francisco", y un programa de corte folklórico titulado "Chile Etcétera".

CANAL 9.- Universidad de Chile.

Cuenta con tres musicales a la semana: "Jueves por la noche Música", "Sábados en el 9", show, con el animador Enrique Maluenda, y un espacio dedicado a la música folklórica.

En "Sábados en el 9" participan catorce músicos, cada uno de los cuales gana \$ 625 por programa, y un Director de Orquesta que recibe \$ 1000 por actuación. El elenco, compuesto por un promedio de siete artistas cada Sábado, tiene un arancel de \$ 12 mil en total. Por último, los actores - que son cuatro - reciben \$ 400 cada uno, por programa.

En el plano teatral, Canal 9 cuenta con "Cachenchó" y "Cuentos del Domingo", ambos de corte infantil; una teleserie juvenil - "Jóvenes" - y un espacio con representación de cuentos chilenos incluido recientemente.

En "Jóvenes" participan seis actores con un sueldo mensual de E° 1.700 cada uno, y dos libretistas cada uno de los cuales gana E° 800 mensuales.

En cuanto a los programas infantiles, su costo es relativo ya que el elenco varía en cada oportunidad. En el cuento "Los grillos sordos" participaron cuatro personas y el arancel total fue de E° 2000.

CANAL 7 .- TELEVISION NACIONAL.

Su programación musical incluye un espacio con música folklórica y dos shows semanales.

La programación teatral está compuesta por: un teleteatro nacional, con la presentación de obras de diferentes autores chilenos; un teleteatro internacional que contiene obras de teatro clásico representadas por actores nacionales; y "Pim-Pon", programa infantil, con el actor Jorge Gerra.

Hasta aquí tenemos que los programas nacionales constituyen, aproximadamente, sólo un treinta por ciento, correspondiendo el setenta por ciento restante a lo extranjero.

UNA DIFÍCIL REALIDAD

Todo el cuadro anterior configura una realidad bastante difícil para el artista.

1.- Por ser tan reducida la producción de programas nacionales, las posibilidades de trabajo para el actor, el cantante y demás artistas también lo son, existiendo por tanto, una gran cesantía.

2.- Para hacer frente a esta situación, un gran número de nuestros artistas debe dedicarse a otras actividades, muchas veces, totalmente ajenas a su profesión. Esso, constituye un impedimento para el pleno desarrollo de su capacidad artística.

UN FUTURO MEJOR

Existe, sin embargo, gran interés en los Directivos de los Canales por nacionalizar la producción, y se están dando algunos pasos en este sentido.

En Canal 13, DECOA está trabajando en los libretos de una teleserie de carácter histórico que abarcará veinte años de la Historia de Chile. Los capítulos serán veintiocho - comenzarán a grabarse a principios de Junio. Además la Vicerrectoría de Comunicaciones de la UC está grabando, "La Pendiente", teleserie con un elenco estable de ocho actores, que se emitirá todos los días.

En lo musical, 13TV incluirá una Serie de Especiales, con una programación variada que va, desde el show, hasta la música sinfónica.

El Canal 9, estudia una nueva programación que, entre otras cosas, ampliará los musicales a seis y los teleteatros a nueve.

Por su parte, Televisión Nacional piensa, en primer término, disminuir el porcentaje de películas extranjeras, a la vez que mejorar la calidad del tanto por ciento restante importando obras de cine ruso y francés. También se está estudiando el reemplazo del bloque femenino de la tarde por teleteatros chilenos, y el aumento de los programas nacionales en las emisiones desde las dieciocho horas adelante.

En lo concreto, hace sólo algunas semanas, el Canal del Estado ha comenzado a emitir un novedoso programa de fin de semana, cuyo principal objetivo es el de incorporar realmente a las provincias al medio televisivo.

Este programa es "Póngale el Hombro" y la idea es ir cada vez a una ciudad distinta del país donde se desarrolla una obra de bien social, una especie de trabajo voluntario en el cual participan autoridades, instituciones, y vecinos en general. Se contrata, en esta oportunidad, a diversos cantantes y actores nacionales con el objeto de montar un show, cuyo animador central es el actor Jorge Guerra.

También debutó recientemente en este Canal el "Show de la Desideria" (Anita González) que pondrá la nota alegre en la programación de cada semana.

La nueva programación que hemos mencionado es sólo el primer paso, ya que los Canales - especialmente, como es lógico, el Canal estatal - esperan constituir realmente, una fuente de trabajo para el artista nacional.

CONCLUSIONES

La relación artista - TV ha llevado aspectos positivos y negativos hacia el hombre que cultiva un arte como profesión.

Entre los primeros está el que la Televisión ha permitido al artista llevar sus condiciones y cualidades hacia un público mucho más extenso que aquel al cual estaba habituado. Ahora, mediante esa cámara que sigue cada movimiento y accionar del actor, el cantante, o el músico, son miles las personas que lo perciben y aprecian.

En lo negativo resalta el fenómeno de "desconexión" que el artista experimenta cuando realiza una actuación para la TV. Ya no tiene ante sí ese público que seguía cada una de sus expresiones. Extraña su presencia, la de esos centenares de ojos que le obligaban a prodigarse entero a cada instante para satisfacer a cada espectador. Ahora, ante el ojo automático de la cámara, experimenta una frialdad enorme y, aún sabiendo que está llegando a muchas más personas, añora ese casi pequeño grupo que era su cotidiano público. Aún más; en su mismo actuar, el artista debe, en TV, dar más importancia a lo que la cámara le exige que destaque y ya no vibra con todo su cuerpo en su trabajo, sino que pareciera parcelarlo.

En general, la Televisión representa para el artista un arma de doble filo. Son tantos los caracteres favorables que le brinda, como también iguales, o quizás mucho más, aquellos desfavorables.

Las aristas que el encuentra o considera perjudiciales están- ya lo señalamos en detalle- en la esencia misma de su ser como artista. Sabe que llega a más personas pero en su interior, idealmente hablando, preferiría llegar a menos pero mejor.

En cuanto a la realidad existente en nuestro país, el artista se ve enfrentado a una situación en la cual puede sentirse tomado poco en consideración. No se le ha brindado, realmente, las oportunidades que merece y, de esta manera, más que utilizar a la Televisión como un medio para extender su arte, ha debido tomarla como una actividad en la cual, se le permite ganar unos pocos pesos más de vez en cuando.

Si los canales televisivos existentes diesen al arte - llámese teatro o lo que sea - la verdadera importancia que tiene, el artista chileno podría ver en este medio de difusión un real vehículo de acercamiento al público de todas las capas sociales, como también, una segura fuente de trabajo que le incitaría a perfeccionarse cada día más.

Felizmente para los artistas nacionales, últimamente se ha apreciado que existe un propósito de aumentar el porcentaje de programas autóctonos en nuestra Televisión. La iniciativa en este sentido parece llevarla el Canal Estatal, que cubre todo el territorio con sus emisiones y que por tanto, es lógico que incluya en sus programas, y en gran medida, la actividad artística nacional.

CAPITULO IX

ALGUNOS ASPECTOS DE LA LEY DE T.V.

LEY DE TELEVISION

El miércoles 7 de Octubre de 1970, la comisión de Gobierno Interior del Senado comenzó a despachar el proyecto de ley que crea el estatuto de la Televisión Nacional.

El proyecto fue debatido los días 6, 7 y 8 de dicho mes. Por él se dió existencia legal a los canales universitarios al canal nacional y se creó el consejo nacional de TV. Esta entidad será presidida por el Ministro de Educación y la integrarán un representante del presidente de la República, tres personas no parlamentarias por la cámara y otras tres por el Senado; dos por la Corte Suprema; los tres rectores de la Universidad de Chile, Católica de Santiago y de Valparaíso; el presidente de la TV nacional y dos representantes de los trabajadores; uno del canal nacional y otro de los canales universitarios. Igualmente el proyecto reglamenta la propaganda política que tendrá cabida en los canales de todo el país y será financiado todo el sistema de televisión nacional.

El canal nacional transmitirá a través de todo el país. Las universidades de Chile y Católica de Santiago podrá establecer una red nacional que cubra el territorio, previo informe favorable del Consejo Nacional de Televisión. A esta red nacional podrá unir también sus transmisiones el Canal de la Universidad Católica de Valparaíso que quedará congelado en su actual radio de acción y con su potencia actual, sin posibilidad de ampliación, a no ser mediante su incorporación a la red universitaria.

El Senado desechó con votos democratacristianos y nacionales, varias indicaciones presentadas por representantes de la Unidad Popular. Dos de ellas querían dar a la Universidad de Concepción y a la Universidad Técnica del Estado nuevos canales de TV, lo que fue objetado debido al alto costo que significaría para el país el que cada plantel universitario tuviera en el futuro su propia red propia de comunicación.

Se discutió también largamente las atribuciones y composición del Consejo y su composición ya que "a él corresponderá la orientación general, supervigilancia y fiscalización de la televisión chilena". El Senado rechazó una indicación de la Cámara de Diputados y determinó que el rendimiento del impuesto patrimonial sobre determinados compromisos pasen a financiar tanto a la TV nacional como a los canales universitarios, destinándose además un porcentaje al Consejo Nacional de Televisión.

En períodos electorales cada canal deberá destinar por lo menos una hora diaria a programas preparados por los partidos políticos que presentan candidatos. Estos usarán el tiempo proporcionalmente al número de sufragios obtenidos en la última elección parlamentaria. En caso de plebiscito también los partidos políticos podrán ocupar las pantallas de todo el país para hacer presente su posición. También tendrán espacio en los canales de TV los dos ramas del Congreso y los partidos de oposición podrán discrepar del ejecutivo cuando éste se dirija a la opinión pública ocupando igual extensión y horario que el utilizado por el Gobierno.

Durante la discusión del proyecto por el Senado, se plantearon protestas callejeras. Las principales en resistir la iniciativa fueron los trabajadores que laboran en los distintos canales de TV. Los ataques se centraron en la persona de Juan Hamilton, senador por la última agrupación y uno de los impulsores del proyecto. La iniciativa contó con los votos favorables de los demócratas-cristianos, nacionales y radicales democráticos y el rechazo de la Unidad Popular.

Los grupos contrarios al proyecto ocuparon las galerías y tribunas durante el debate para expresar su oposición. Su rechazo se debió principalmente a que el proyecto limita las posibilidades de expansión de los canales universitarios y crea el Consejo

"acional de TV que orientarán ,sup rvigilará y fiscalizará a la TV chilena.

En cuanto al financiamiento, inicialmente se realizaría por medio de un impuesto directo que afectaría a los televisoros mismos, pero se cambió por uno en vigencia, de un 23 % que grava las primeras compras de receptores de TV nuevos y produce un ingreso anual de mas de 50 millones de escudos anuales. Juan Hamilton defendió la iniciativa y las diversas modificaciones que experimentaron en su trámite parlamentario , señalando que constituye un buen estatuto para levantar el nivel de nuestra televisión. Los principales detractores fueron el Senador radical Alberto Baltra y Jorge Montes. Ambos sostuvieron que la TV universitaria debía ser libre y no orientada y abogaron por una mayor representación de los trabajadores en el Consejo . Los parlamentarios de la Unidad Popular reclamaron tambien de la urgencia con que se tramitó el proyecto en el Senado , que no permitiría a su juicio, una solución justa a un problema tan complejo. El Senador Bulnes expresó que si el proyecto era bien aplicado tendría tres resultados positivos :Mejoramiento de la calidad de los programas de TV, un buen financiamiento y una tuición responsable.

El proyecto fue aprobado por 15 votos a favor, 11 en contra y 5 abstenciones, ante el desagrado de los trabajadores de los canales.

Inicialmente se había pensado incluir en el Consejo "acional de TV a un representante de la CUT, uno del Colegio de Periodistas, al rector de la Universidad de Concepción y a un miembro del sindicato de artistas.

En el capítulo destinado a la definición de la TV se incluyó parte de la indicación de Baltra, Jeréz y Montes que señalan que la Televisión le corresponde ser la libre expresión de la conciencia crítica y del pensamiento creador.

PROYECTO DE LEY DE LA CÁMARA DE DILUYADOS DE CUA LA
EMPRESA NOMINADA TELEVISIÓN NACIONAL

ART- 1) La TV como medio de difusión servirá para comunicar y unir al país , promover la participación de los chilenos en las iniciativas nacionales, fomentar la educación y promover la cultura , aparte de entretener sanamente, y donde por la formación de la juventud, aparte de informar objetivamente sobre el acontecer nacional.

DISPOSICIONES GENERALES:

ART2 - Solo podrán establecer, operar y explotar canales de TV en el territorio nacional, las siguientes instituciones: a) la empresa denominada TV nacional de Chile en todo el territorio nacional y b) la TV de la Universidad de Chile, de la UC de Chile y la UC de Valparaíso, dentro del radio que actualmente operan . Inicialmente estaba considerado c) que las otras universidades reconocidas por el Estado que, previo informe favorable del Consejo Nacional de TV sea autorizada por decreto supremo.

Durante la discusión general del proyecto , los senadores Baltra, Jerez y Llanos hicieron las siguientes indicaciones con respecto al punto b que no fueron acogidas: "Las universidades actuando conjuntamente podrán establecer una red nacional que cubra el territorio previo los informes señalados" y agregar además, la universidad Técnica del Estado y Universidad de Concepción, luego de la palabra Universidad de Chile.

Por otra parte el Senador Bulnes intervino para expresar que era conveniente agregar a la letra c el siguiente inciso final: "Cada una de las universidades a las que se refiere el inciso anterior ejercerá sus funciones en materia de TV por intermedio de una Corporación de Derecho Público , con personalidad Jurídica , que se registrará por los estatutos de la respectiva universidad y de los cuales tomará razón la Centraloría General de la R^oública. Estos estatutos no podrán

ser modificados sin previa autorización otorgada por ley.

TITULO TRES DEL CONSEJO NACIONAL DE TV

ART.4- La orientación general , la supervigilancia y la fiscalización de la TV chilena corresponde al Consejo Nacional de TV .

ART 5.- Son funciones y atribuciones del Consejo Nacional de TV a) preponderar a la elevación del nivel programático y técnico de la TV chilena b) Estimular los estudios e investigaciones sobre los efectos de la TV en los habitantes del país y el mejor aprovechamiento de esta para los fines señalados en el art. 1 c) requerir y obtener la información adecuada y necesaria para velar por el cumplimiento de los objetivos de la TV chilena d) emitir los informes y dictámenes que los sean solicitados por el presidente de la república o por el Congreso Nacional. e) Promover la realización de los proyectos y programas de alto nivel cultural o de interés nacional. f) financiar proyectos de investigaciones para perfeccionar y adelantar técnicamente a la TV g) dictar normas generales de aplicación obligatoria para todos los canales de TV respecto a la programación y a la propaganda comercial , para tender a la gradual eliminación de esta última. h) administrar su patrimonio . i) aplicar sanciones y suspensiones de la autorización para funcionar j) Velar por el cumplimiento de leyes y reglamentos.

Durante la discusión del proyecto el senador Montes intervino para discutir el punto de la fiscalización y agregar el siguiente inciso: "La orientación general , supervigilancia y fiscalización de los canales universitarios , corresponde solo a las universidades" Este inciso en definitiva no fue incluido en el proyecto de ley.

ART 16 .-El Consejo Nacional de TV estará formado por las siguientes personas : a) El ministro de educación ,

quien lo presidirá b) un representante del presidente de la república de su libre elección c) tres representantes elegidos por el senado en forma individual que no sean parlamentarios d) tres representantes elegidos por la cámara de diputados, que no sean parlamentarios e) un ex ministro de la Corte Suprema, designado por esta f) el rector de la Universidad de Chile, el rector de la Universidad de Valparaíso y el rector de la Universidad Católica de Santiago. i) el presidente del directorio de TV nacional de Chile.

ART 17 Los miembros durarán dos años en sus funciones y pueden ser designados por un nuevo período de dos años y así sucesivamente.

Los senadores Jerez y Montes presentaron la siguiente indicación para reemplazar las letras F, G, y H por f) Un representante del consejo superior de la Universidad Católica del Valparaíso; Un representante del Consejo superior de la Universidad de Chile y Un representante del Consejo superior de la Universidad católica de Santiago.. Por otra parte los mismos senadores querían agregar a la constitución del consejo nacional al presidente del Consejo Nacional del Colegio de Periodistas, a un representante de la CUT un representante del sindicato profesional de actores de radio y TV y cine de Chile, SIDARTE. La senadora Carrera era partidaria de agregar entre los integrantes del Consejo Nacional al rector de la Universidad de Concepción.

ART 19.-El consejo Nacional de TV sesionará ordinariamente dos veces al mes y en forma extraordinaria cuando lo pida el presidente o por lo menos 5 consejeros.

ART 20.-El Consejo se financiará :a) con un aporte de 10% de los tributos establecidos por la ley b) con los aportes que reciba el fisco por leyes de presupuesto y otras especiales c) con los aportes o donaciones que reciba de cualquiera persona natural o jurídica .Estarán exentos de contribuciones o impuestos

TELEVISION NACIONAL DE CHILE

Número, domicilio, duración y objeto de la empresa. ART 21.- Créase la empresa denominada TV nacional. Su domicilio será la ciudad de Santiago, aunque su directorio puede establecer agencias u oficinas en otros puntos del territorio nacional o del extranjero. Su duración será de 50 años. Su objeto será establecer, operar y explotar el sistema nacional de Televisión destinado a transmitir a través del territorio nacional, programas audiovisuales.

En particular la empresa podrá operar y explotar una red nacional de televisión, estudiar y construir e instalar nuevas plantas de televisión y sus sistemas de transmisión y distribución; participar en otras sociedades, empresas o cooperativas afines que tengan relación con las actividades que se propone la empresa, sean nacionales o extranjeras; desarrollar cualquiera actividad de índole comercial, financiera o de investigación relacionadas con sus fines; colaborar con la labor educativa, de formación, culturización y perfeccionamiento que desarrollen las entidades fiscales o particulares nacionales o extranjeras. En general podrá realizar todas las actividades y contratos que se relacionen con su objeto. En ningún caso las obligaciones que contraiga podrán exceder el 50 % de su capital.

CAPITULO SEGUNDO EL PATRIMONIO DE LA TELEVISION NACIONAL DE CHILE

ART 23.- La televisión nacional de Chile tendrá un patrimonio propio. Lo administrará el directorio.

ART 24.- La televisión nacional de Chile en caso que sea disuelta, todos sus bienes pasarán al fisco.

CAPITULO TERCERO: ADMINISTRACIÓN DE LA TV

NACIONAL DE CHILE; ART 25- La empresa será administrada por un representante del Presidente de la República; 2- Un representante del senado .3- Un representante de la cámara de diputados, no parlamentario .4- tres representantes del Consejo Nacional de TV .5- Un representante de los trabajadores del canal elegido por ellos mismos.

Los directores durarán tres años en el cargo los senadores Joroz y Montes intervinieron para reemplazar la letra o por " 2 representantes del Canal elegidos por ellos mismos y la letra d por " 2 representantes del Consejo Nacional de TV"

ART 26- El presidente de la Empresa, que será también el director será elegido por el Presidente de la República con acuerdo del senado y durará tres años en el cargo pudiendo ser reelegido.

ART 28- Cada director tendrá un suplente.

ART 29- A este director le corresponderá :a) Administrar la empresa B) Representarla judicialmente C) Dictar y modificar los reglamentos sobre su organización, atribución, obligaciones y deberes del personal D) Nombrar y remover, fijar las atribuciones y remuneraciones del gerente general y, a propuesta de éste, las de los demás empleados principales. E) Aprobar las contrataciones y remuneraciones del personal .F) Establecer agencias o establecimientos en cualquier punto del país y del extranjero.

ART.30- El directorio se reunirá en Santiago por lo menos dos veces al mes.

ART. 31- El quorum para sesionar será de 4 directores y los acuerdos serán adoptados por la mayoría de los presentes.

ART.32- Los directores gozarán de dieta.

CAPITULO DISPOSICIONES GENERALES

ART. 32- La empresa estará exenta de los derechos, tasas e impuestos percibidos por las aduanas y empresas portua-

rias, por las importaciones de su uso o consumo, también estas exentas de todo impuesto fiscal.

ART 41.- La fiscalización superior de los negocios de la Empresa Nacional de TV - Chile corresponderá a la Superintendencia de Sociedades Anónimas, Compañías de Seguros y Bolsas de Comercio

TITULO V El financiamiento de la TV Chilena. Fuentes de Financiamiento: Art 42: Los Canales de TV se financiarán por ingresos propios de cada canal, derivados del aporte que perciben, servicios que presten, propaganda contratada por ellos con un tópe máximo de 26 minutos cada hora de transmisión, no acumulables, recursos previnientes del presupuesto de la Nación y leyes especiales, y por los recursos previnientes de los tributos contemplados por la ley.

Les queda prohibido a las instituciones autorizadas para explotar los canales de TV, ceder sus espacios de transmisión, y la propaganda que contraten no podrá determinar el contenido de sus programas.

Art 43.- El Presidente de la República puede dentro del plazo de 30 días, establecer impuestos a la renta de las empresas productoras, armadoras e importadoras de televisores, a la transferencia de ellos, a la difusión que se haga a través de la TV. El producto de este impuesto y de los aplicados por las aduanas a la importación de televisores se distribuirá así: Un 40 % para las TV de Chile, y un 20 % para cada uno de los tres canales universitarios.

En cuanto a las disposiciones relacionadas con el financiamiento de dicho Consejo Nacional y de los canales de TV la Comisión de Hacienda informó que se acordó que: el proyecto tiene por objeto contribuir principalmente al financiamiento de los canales de TV y cubrir los gastos del Consejo Nacional de TV.

No hay antecedentes precisos del gasot que demanda la labor de los actuales canales de TV. Se tienen si antecedentes que algunos de ellos se financian a base del avisaje comercial y no requieren aportes de otra índole, mientras otros padecen de un déficit crónico que los ha llevado a drásticas reducciones presupuestarias.

La libertad de que debe gozar tan importante medio de difusión induce a sus dirigentes a disvincular su financiamiento del avisaje comercial, sustituyéndolo por otro de carácter directo, del cual no se deriven compromisos u obligaciones de ninguna índole. Este financiamiento directo se establecería a base de impuestos que afecten a los televisores mismos, en su producción y comercialización; por intermedio de impuestos a las rentas de las empresas productoras, armadoras e importadoras de TV o bien mediante una patente, mensual o anual, por el uso de los aparatos de televisión.

El senador Hamilton hizo presente el temor que existía que un gravamen a los televisores mismos, que encareciera su precio redujera las posibilidades de compra por parte de personas de escasos recursos. La idea de la patente que gravó el uso de aparatos de TV, aunque parecía más justa, fue rechazada originalmente.

En general, a indicación del senador Silverio se acordó por unanimidad, establecer que el proyecto se financiará con el impuesto, actualmente vigente, de un 23 % que grava las primeras compras de receptores de televisión nuevos y que produce un ingreso anual de más de 50 millones de escudos.

TITULO VI LA PROPAGANDA EN EPOCA DE ELECCIONES

ART. 44.- En el periodo en que está permitido hacer propaganda electoral, de acuerdo con las normas de la Ley General de Elecciones, las instituciones que poseen canales de TV deberán poner gratuitamente a disposición de los partidos políticos y

de los grupos que patrocinan candidaturas independientes, un espacio diario dentro de la programación normal. Allí los partidos políticos o grupos independientes que patrocinan candidaturas podrán difundir programas producidos por ellos. Este espacio no excederá de la décima parte de la programación diaria. El consejo nacional de TV fijará los límites de tiempo que le corresponda a cada uno por canal y el horario en que deberán ser transmitidos.

ART.45 Fuera de estos espacios queda absolutamente prohibido transmitir propaganda política.

Dentro de estos espacios, de acuerdo a las indicaciones del Senador Alwyn, cada canal de TV podrá organizar, con la aprobación de los correspondientes Partidos Políticos o Grupos, la programación del tiempo que le corresponda a cada uno en forma de foros, entrevistas y otras formas que se convengan.

Respecto al Artículo 45, el senador Hamilton agregó, "sin perjuicio de lo anterior, las informaciones, comentarios y demás programas que se difundan por estas instituciones, bajo la responsabilidad, en cualquier época, deberán observar la mas estricta imparcialidad, y procurarán dar a conocer al público las ideas y actividades de los diversos sectores del país.

Hamilton, tambien introdujo la siguiente indicación: "Toda intervención del Gobierno a través de la televisión para exponer ideas, proyectos o realizaciones, otorgará el derecho a replicar a los Partidos Políticos de oposición con igual horario y extensión. El tiempo destinado a la réplica será compartido por los partidos de oposición en proporción a la representación parlamentaria que tenga.

ARTICULO VII ABUSOS DE PUBLICIDAD POR MEDIO DE LA TV

ART.- 46.- Se aplicarán a las transmisiones por TV, la ley sobre abusos de Publicidad.

TITULO VII LA CENSURA

Los canales de televisión no podrán exhibir aquellas películas que hayan sido rechazadas por el Consejo de Censura Cinematográfica, por resolución ejecutoriada. Su violación será censurada.

ART.43.- Solo podrá poner término, por parte del empleador, al contrato de trabajo del personal de TV-Chilo Limitada, aquél que no sea de la designación exclusiva del directorio.

EN CUANTO A LA PROGRAMACIÓN, EXISTIERON LAS SIGUIENTES INICIATIVAS DURANTE LA DISCUSIÓN DEL PROYECTO:

Los señores Baltra, Jerez y Montes intervinieron para agregar el siguiente título nueve: "La programación."

"Los canales de televisión deberán dedicar a la programación en vivo un mínimo del 75 % del total de su programación. Se entenderá por programación en vivo, toda intervención personal realizada en el momento de transmisión, exceptuando el anuncio comercial. Para superar aspectos técnicos o artísticos, podrá grabarse o filmarse en forma previa, pero solo su primera transmisión por el respectivo canal será considerado en vivo.

Los programas que utilicen la actuación personal, deberán incluir un mayor tiempo cubierto por artistas chilenos. El personal que aparezca en cámara deberá ser, al menos, un 85 % de nacionalidad chilena. Los programas extranjeros deberán incorporar voces nacionales por medio del doblaje".

Cada serie o programa artístico extranjero que deba ir en tres o más capítulos semanales deberá ser compensado por un programa o teleserie de igual duración y especialidad artística realizado en el país.

Toda publicidad que se difunda en canales de televisión deberá ser producida en Chile y su transmisión deberá ser autorizada por el Consejo Nacional de Televisión.

Los canales de televisión deberán pactar obligatoriamente las condiciones de trabajo y remuneración de quienes laboren en ellos, sea en forma permanente, como empleados o discontinua, con los sindicatos correspondientes. Si transcurridos 30 días hábiles desde la notificación a la empresa, de las condiciones planteadas por el Sindicato, las partes no han llegado a un acuerdo, cualquiera de ellas podrá poner el asunto en manos del Departamento de Negociación Colectiva de la Dirección del Trabajo. Si la parte patronal no aceptara la proposición de acuerdo ofrecida por el departamento, de inmediato se otorgará el pase para la huelga.

SEMINARIO DE TITULO

EL NIÑO-LA TELEVISION-EL CONOCIMIENTO .

carmen flores t.
maité canziani g.

¿APORTA CONOCIMIENTOS LA TELEVISION?

INTRODUCCION

La televisión es un medio relativamente nuevo en Chile; la primera transmisión data del 22 de agosto de 1959 cuando, con un programa sobre el sistema solar, se iniciaron las transmisiones permanentes y continuadas por el canal de la Universidad Católica de Valparaíso. Su objetivo -según el Rector de dicha Universidad- sería cultural y educativo, aportando conocimientos a los estudiantes y a los habitantes de los barrios populares.

Esta meta también fue compartida por los personeros de otros planteles universitarios, cuando salieron al aire las transmisiones de Canal 9 de la Universidad de Chile y las de Canal 13 de la Universidad Católica, ambas durante 1960.

La Universidad fue el primer aporte. El primer gran paso. Esta tarea de difusión fue adquiriendo forma y alcanzando categoría profesional hasta llegar a ser considerada la televisión, como el medio más idóneo, más propio de comunicación masiva. Se logró un consenso y las autoridades gubernamentales dieron el vamos a la Televisión Nacional el 21 de febrero de 1969, pretendiendo unir al país, lograr una imagen de identidad de sí mismo y a la vez, intentar elevar el nivel cultural de los chilenos.

Todo este planteamiento de finalidades, en la práctica ha sido desvirtuado principalmente por la importación indiscriminada de "programas envasados", realizados para un público de otra idiosincracia, que vive una realidad ajena a la de nuestro país y que inside en un tipo de dependencia peligrosa: la dependencia cultural.

Prueba de ello es que en todos los países latinoamericanos, los programas de televisión de origen nacional son escasos. Este alcance vale tanto para los canales controlados por grupos económicos (Venezuela), como para aquellos que dependen de instituciones públicas y/o culturales (Chile).

En Chile -como la mayoría de los canales, entre ellos los dos más importantes son controlados por las Universidades-, esta situación tiende a evolucionar paralelamente al progreso de la Reforma Universitaria. Pero, a pesar de ello, la dependencia frente a películas y series importadas de Estados Unidos, permanece aún en un grado elevado.

Pruebas al canto:

PORCENTAJE DE LOS TIPOS DE PROGRAMA ATENDIENDO A LOS MINUTOS DE TRANSMISION SEMANAL. (Año 1968)

Porcentaje de Programas Nacionales :	2.170 minutos	54%
Porcentaje de Programas Extranjeros:	<u>1.810</u> "	<u>46%</u>
	3.980 "	100%

Creemos útil proporcionar los costos de los programas nacionales y extranjeros. Por ejemplo, podemos observar que un largometraje de procedencia extranjera cuesta entre 360 a 480 dólares. Un programa musical de 60 minutos de duración, cuesta 300 dólares y el mismo programa -hecho en Chile- tendría un costo de 35.000 escudos. Por otra parte, en el aspecto cultural, un programa extranjero de 60 minutos cuesta 500 dólares y el mismo realizado en el país, valdría cerca de 30.000 escudos.

Las cifras citadas anteriormente nos demuestran que aunque el costo de los programas nacionales sea superior a la importación de programas "envasados", esto sin tomar en cuenta la pérdida en divisas para el país, no justifica que un 46% de la programación de un canal sea extranjera. Lo que sí debería considerarse, sería la posibilidad de abaratar los costos de la producción nacional.

La mayoría de las películas y seriales norteamericanas para la televisión, son distribuidas en Latinoamérica por el American Broadcasting Company (ABC), en relación última con la cadena de agencias de publicidad Mc - Cann - Erickson, Grant, J. Walter Thompson. Los otros trust que controlan el universo televisivo de América Latina, lo constituyen la National Broadcasting Company (NBC); y Columbia Broadcasting System (CBS).

Esta realidad la perciben aproximadamente 3 millones de televidentes (cifra basada en el Informe Electrónico de la Corfo de 1970) cifra que seguramente se verá aumentada por los resultados del Censo de 1970.

Habría que agregar que del 46% de los "programas envasados" sólo el 65 de ellos están circunscritos a los fines para los que fue creada la televisión.

Lamentablemente la producción nacional poco aporta en este sentido: de hecho, sólo el 19,02% de los programas contienen elementos informativos y culturales. En este porcentaje hemos incluido los noticieros y todo tipo de programa que ayude a la información y a elevar el nivel cultural de los chilenos.

Pareciera que nuestra televisión obedeció y acata otras perspectivas muy ajenas al quehacer universitario. La televisión como medio

de entretenimiento, se ajusta más a una realidad. La televisión como instrumento para copar las horas de un público inquieto, es algo más concreto. La televisión como herramienta de comunicación familiar, es algo comprobado.

Pese a este cuadro, particularmente creemos que nuestra televisión aporta elementos especialmente útiles para los niños, ampliando su vocabulario e incrementando su grado de conocimientos. Hacia ese público específico apuntaremos en este trabajo, que no tiene otra razón de ser que una primera aproximación a una realidad: detectar -dentro de lo factible- el mayor o menor grado de conocimiento impartido por la televisión a los niños de 10 a 15 años de edad.

Entendemos por conocimiento los antecedentes, las relaciones y la información que se tiene de algo.

Y desde este punto de vista, estimamos que la televisión aporta conocimiento, hipótesis que intentamos probar. Sostenemos entonces, que un estudiante de 7mo y 8vo Año Básico -entre los 10 y 15 años de edad- posee un mayor grado de conocimiento que aquél estudiante de iguales características que no ve televisión.

PROBLEMAS SOBRE UNA MISMA CUESTION

Esta hipótesis es difícil de precisar:

- Porque no tenemos una metodología que nos permita sustraer en su justa medida los conocimientos que aporta exclusivamente la televisión.
- Pero podemos señalar que de una muestra de 50 niños que ven televisión, simultáneamente sólo un 86% de esos niños escuchan radio; un 60% lee diarios; un 44% lee revistas y un 14% lee libros. Como puede apreciarse la televisión es la fuente principal de información para estos televidentes. Aún más, estos niños buscan en la radio programas musicales, policiales, concursos y noticias, en este orden. Acuden a los diarios para leer suplementos, noticias deportivas e informaciones destacadas. Las revistas que utilizan son en su gran mayoría tiras cómicas en un 66% juveniles (Ritmo) en un 48%, y de magazine (Ercilla) en un 6,4%. Sus lecturas son preferentemente de aventuras, ciencia ficción y policiales.
- Porque pese a haber elegido adecuadamente a los encuestados con el fin de obtener resultados legítimos, la muestra aunque representativa es pequeña.

Estamos conscientes que un test sólo aproxima a una realidad y que por tanto el trabajo es incompleto..

- Porque la edad de los encuestados es particularmente crítica: es un período transicional entre la edad de la fantasía cuyo universo es el juego y la etapa de la adolescencia que conlleva una búsqueda de sí mismo, un lograr una autodeterminación y donde el límite del querer ser y el ser, es muy impreciso. Esto, unido al posible aumento o disminución voluntaria de la conceptualización de las respuestas, evidentemente puede variar la verdad que pretendemos bosquejar.
- Porque el test podría no reflejar cabalmente lo que hemos definido por conocimiento.
- Porque partimos de cero. En Chile no hay -hasta el momento- ninguna investigación que nos pudiera haber servido de guía y la bibliografía es prácticamente inexistente.

UN PASO HACIA EL OBJETIVO

Antes de comenzar a analizar el objetivo mismo de nuestro trabajo, nos parece útil exponer ciertas características de los niños de 10 a 15 años de edad, características que hemos cotejado con un sondeo exploratorio hecho al azar, que tuvo como universo la ciudad de Rancagua y como unidad de análisis específica, un curso de la Escuela N 15 de esa ciudad.

En primer lugar, los niños de esas edades están en condiciones de decidir qué programas ver. Este poder de elección les permite hacer uso del medio y no el medio hacer uso de ellos. Por tanto, el niño no es pasivo ni es "víctima inerte" de la televisión que lo devora. La realidad es otra. Es el niño quien desempeña la parte más activa en esta relación.

Este acude a la televisión en busca de satisfacer alguna necesidad que experimenta. Encuentra algo en ella y lo utiliza. Su elección contribuye, en cierta medida, a la experiencia que va adquiriendo y, en definitiva, influye en sus ideas, en sus apetitos y en su comportamiento.

Ahora, los niños usan un mismo programa en diferentes formas. En ciertas condiciones, su elección puede predisponerles a la violencia, o a comprender mejor una realidad, o no influirá en ninguna de estas dos formas. Es necesario entonces, para entender el efecto que produce la televisión, comprender las condiciones en que se produce dicho efecto.

Para ello hay que conocer lo mejor posible, la forma en que se desarrolla la vida de los niños. Hay algo que les impulsa a adquirir una cierta experiencia en la televisión, vivencia que influye luego en sus vidas, y ha de hacerse compatible con la experiencia adquirida, con los valores morales reconocidos, con las relaciones sociales y con las necesidades de inmediata urgencia que forma ya parte de ellos.

Todo esto tiene una repercusión sobre la experiencia original. Algo se desecha, algo se asimila. Esto es el "efecto de la televisión" y lo que tratamos de comprobar es el rol que la experiencia de la televisión desempeña en el conocimiento de los niños de estas edades.

En términos concretos, se encuestaron 125 alumnos de 7^{mo} y 8^{vo} Año Básico, de ambos sexos, con un coeficiente intelectual normal, con el objetivo de comprobar hasta qué punto los niños de 10 a 15 años son dueños del medio y fabrican su propia programación.

- De los 125 interrogados, el 89% escoge los programas sin influencia familiar alguna, y
- Sus preferencias se inclinan por los telecine, con un 59,2% de sintonía; luego los informativos con un 48%; en seguida los teleteatro con un 46%; los policiales con un 30,4%; los musicales con un 6,4% y finalmente los concursos, con un 2,4% de audición.

Desde otro ángulo, esta elección nos demuestra algo que es sintomático en el adolescente: la fusión del mundo real con el de la fantasía.

La preferencia por los telecine (fantasía) y por los informativos (realidad), no es un resultado caprichoso. Ambos factores juegan un papel fundamental en la formación del niño.

Algunos de ellos y en determinadas condiciones, pueden encontrar elementos de fantasía que les permita sustrarse del mundo real y entregarse a un escapismo.

Para otros niños, será precisamente la televisión, el instrumento más idóneo de contacto con la realidad, de funcionalismo en una sociedad dada.

Es imposible delimitar en qué niños y con qué metro medir hasta dónde la televisión satisface el área de la fantasía y dónde comienza el área de la realidad. Ambos mundos corren paralelos en el enfrentamiento del adolescente a la televisión.

Estas conclusiones son importantes en la medida en que los niños encuestados dedican su tiempo a la televisión. Un término medio nos indica que los niños de 11 a 13 años son los que más tiempo le entregan a la televisión. A los de 13 a 16 años, la televisión les ocupa más tiempo que la escuela, y en general, les absorbe alrededor de la sexta parte del total de horas libres. De hecho, los niños de 10 a 15 años dedican a la televisión más tiempo que cualquiera otra actividad, exceptuando el sueño.

También es necesario señalar otros factores que influyen en el tiempo que los niños le dedican a la televisión, y los diferentes programas que escogen:

Sexo:

Los niños y niñas tienen diversas preferencias en cuanto a los tipos de programa de TV. Por ejemplo, entre nuestros encuestados las diferencias fueron:

- a) Las mujeres ven teleteatro en un 9% más que los hombres.
- b) En los programas musicales, sólo hay un 1% de diferencia a favor de las niñas.
- c) Los hombres ven en un 11,4% más que las niñas, programas policiales.
- d) Los niños ven programas sensacionalistas en un 17,7% más que las niñas.

Capacidad Mental:

Entre los niños de 10 a 15 años de edad que tienen una mayor capacidad intelectual, se nota una tendencia a ver menos televisión.

Esto puede deberse a la falta de incentivos que la televisión proporciona al niño más capacitado, alicientes que ahora encuentra en la prensa escrita y en las actividades escolares y sociales.

Grupo Familiar:

El nivel cultural del núcleo familiar tiene una influencia decisiva en la calidad y cantidad de programas que ven los niños.

Entre nuestros encuestados, la mayoría de los padres tienen instrucción primaria (26,6%), frente a un 2,4% universitario. Lo que nos indica que en aquellas familias donde el nivel cultural es elevado, el tiempo dedicado a la televisión se reemplaza por la lectura y por actividades tendientes a un auto perfeccionamiento. Al contrario del adulto de nivel cultural bajo o medio que tiende a satisfacer sus horas libres principalmente con la televisión.

Respecto a lo que el niño aprende de la televisión y de la escuela. hay diferencias notables, a pesar de ser éstas sus principales fuentes de información, los conocimientos impartidos en la escuela son de carácter directo, se sigue un esquema definido; en cambio la televisión imparte una enseñanza de tipo incidental. Además es necesario señalar, que en el caso que el niño obtenga algún conocimiento de la televisión, está condicionado a su facilidad para aprender, las necesidades que tenga que satisfacer en un momento dado, el grado de atención que preste al programa, el grado de identificación con los personajes y la utilidad que el programa ofrece.

LOS NIÑOS TIENEN UNA RESPUESTA

Se tomaron 4 muestras de 50 niños de 10 a 15 años de edad, de ambos sexos, alumnos de 7° y 8° Año Básico. Las dos primeras muestras se realizaron en Santiago, en la Escuela N°17, en la N°34 y en el Colegio "Leonardo Murialdo", ubicados en el sector Bellavista de esta ciudad.

La muestra N°3 se efectuó en la ciudad de Rancagua en la Escuela N°15 ubicada en el sector Población Isabel Riquelme.

La elección de los lugares geográficos se debió a que en Santiago se dan condiciones objetivas de paridad en cuanto a las variables. Esta realidad fué contrastada con Rancagua, por ser la ciudad que tiene más televisores en Chile, en relación a sus habitantes, y como una forma de graficar las diferencias entre la metrópoli y la provincia.

Los sectores encuestados -Bellavista y Población Riquelme- tienen condiciones equivalentes de vida, de status económico, social y cultural.

En cuanto a las edades seleccionadas, se escogieron porque los niños pasan de ser objeto-receptáculo a dueños del medio, pudiendo así, fabricar su programación diaria. En términos generales, la edad cronológica sirve de la indicación de la clase de experiencia que pueda tener el niño en determinado momento del puesto que ocupa en la escala de socialización, y de las necesidades particulares sexuales y sociales que siente en ese momento.

Los cursos en cambio, se nos dieron por las edades, dado que entre los 10 y 15 años, los niños estudian 7mo y 8vo Año de Enseñanza Básica.

Respondieron la encuesta un número similar de niñas y varones con el fin de lograr mayor representatividad, tomando en cuenta que el sexo sirve de indicador de las diferentes misiones para las cuales ha de prepararse el niño, y los diferentes intereses que debe alimentar.

Las 4 muestras incluyeron a niños con un coeficiente intelectual

normal, porque la capacidad regula en gran medida, la facultad para aprehender del medio, su disposición para discriminar lo que le ofrece, su afán por conocer cosas nuevas, y sus posibilidades y deseos de usar la televisión en su nivel más exigente, en lugar de preferirla a un nivel más mediocre.

Los 200 niños encuestados tienen un status socio-económico equivalente, status deducido de:

- a) actividad del jefe de familia
- b) ingreso por persona
- c) situación de dueño o arrendatario de la vivienda que se ocupa.

Su nivel cultural, lo entrega el grado de educación alcanzado por los padres, grado correspondiente a 6to Año de Enseñanza Básica, a Técnico Industrial, y en menor porcentaje, a Licenciatura Secundaria.

Estas variables: edad, sexo, curso, coeficiente intelectual, lugar geográfico, status socio-económico y nivel cultural, se lograron dentro de los márgenes más próximos, apuntando siempre a la equivalencia para poder obtener resultados objetivos.

La única gran diferenciación fue la de tomar a 50 santiaguinos que ven televisión en relación a 50 que no ven, ni han visto TV y, 50 niños de Rancagua televidentes asiduos, frente a igual número de niños que no conocen la televisión.

Creemos que esta metodología es la más idónea para acercarnos a la demostración de nuestra hipótesis: los niños de 10 a 15 años de edad que ven televisión, tienen un mayor grado de conocimiento que aquellos niños -de idénticas características- que no ven televisión.

HISTORIA DE UNA ENCUESTA

La primera muestra de los niños que ven televisión fue realizada en Rancagua y la muestra de los niños que no ven televisión se efectuó en Santiago.

Ante la disparidad de resultados que tiraban por la borda nuestra hipótesis, puesto que se demostró que los niños que no veían televisión

tenían mayor grado de conocimiento, nos vimos obligadas a realizar la misma encuesta, en Rancagua y Santiago para detectar-esta vez-el grado de conocimiento de los casos contrarios en ambas ciudades.

La razón que nos llevó a sacar el segundo muestreo fué la comprobación de que en la metrópolis, el nivel cualitativo y cuantitativo de información, es superior al del medio provinciano, postulado que finalmente probamos.

Estas diferencias entre núcleo y periferia "anulan" el efecto de mayor conocimiento que proporciona la televisión, hecho que también demostramos.

Fué así como, sin proponérselo, duplicamos el trabajo que ahora sí puede aproximarnos en términos pares a un primer contacto con una realidad, objetivo último de nuestra investigación.

EN PRO DE UN LENGUAJE COMUN.

Para lograr comunicar lo más exactamente posible las intenciones de nuestra encuesta, detallaremos paso a paso la metodología aplicada. El test fué confeccionado con la asesoría de personal docente y está destinado a medir el mayor o menor grado de conocimiento dentro de las áreas insertas en la cultura general.

La primera parte pretende investigar la amplitud de vocabulario y la capacidad de conceptualización de los niños. Las palabras fueron escogidas porque, además de ser usadas por la televisión, cada una puede ser circunscrita a alguno de los tópicos que posteriormente incluimos; y porque son términos directos y de uso habitual.

Las órdenes impartidas-en este caso-fueron las de relación de ideas, tratando de obtener el concepto denámico que los niños tienen de estos vocablos.

Las preguntas sobre ciencia apuntan no sólo al conocimiento científico, sino al campo de la noticia. En relación a tecnología y geografía se incluyeron aspectos ajenos a los programas de estudio, política que hemos seguido—dentro de lo posible—en todo el contexto del test.

Seleccionamos en arte, preguntas de identificación y alternativas de verdadero o falso y de ordenación, con el objeto de romper el marco rígido del interrogatorio clásico.

Esta modalidad, como puede apreciarse, también fué aplicada a los temas de política y economía. Deportes, en cambio, grafica el conocimiento derivado de la televisión. Todas las preguntas incluidas han sido difundidas ampliamente por este medio.

En historia pretendimos descubrir aspectos biográficos de ordenación e información histórica de actualidad que de algún modo ha sido dada por la televisión. Y el tópico noticias incluye elementos netamente informativos, de actualidad y todos se derivan de la televisión.

El test se realizó en dos días y a las mismas horas de la mañana tratando de someter a los doscientos niños a idénticas condiciones. La durabilidad de la prueba fué de una hora, y todas las dudas que surgieron, por diversa interpretación de las órdenes, fueron convenientemente aclaradas.

El criterio de corrección fué el de calificar con un punto las respuestas acertadas (máximo 55 puntos totales), ponderando incluso con 0,10 puntos aquellas que indicaran alguna aproximación, atendiendo a la edad de los encuestados.

El puntaje más alto registrado fué el de 49,50 puntos obtenidos en Santiago por un niño que no vé televisión. El mínimo, 3,40 puntos, lo obtuvo un rancaguino que vé televisión.

CUATRO ENCUESTAS Y UNA HIPOTESIS.

Partimos de la base que el puntaje máximo del test es de 55 puntos por encuesta. Como cada muestra consta de 50 test, 2.750 puntos equivalen al 100%. Estos 2750 puntos están distribuidos por áreas de la siguiente forma:

- a) Conceptualización con 550 puntos : 100%
- b) Ciencia, tecnología, geografía, arte, economía, deporte, historia y noticias con 250 puntos por área : 100%
- c) Política con 200 puntos : 100%

La encuesta realizada a los niños rancaguinos que ven televisión, arroja el siguiente resultado global de respuestas correctas: 39,50%. Esta cifra varía cuando examinamos el resultado de la encuesta efectuada en los niños de la ciudad de Rancagua, pero con la variante que no ven televisión. Aquí bajamos a 35,43% de respuestas acertadas, lo que determina un 4,07% de mayor grado de conocimiento a favor de los niños que ven televisión.

También corrobora nuestra hipótesis las muestras obtenidas en Santiago. Los niños santiaguinos que ven televisión, respondieron correctamente la totalidad del test, en un 78,66%, frente a un 63,16% de aciertos por parte de los niños santiaguinos que no ven televisión. Existe una diferencia de un 15,50% de mayor grado de conocimiento a favor de los niños que ven televisión.

Nos parece útil comparar los porcentajes globales obtenidos en Rancagua y en Santiago que cumplan con la variante de "VER TELEVISION", como contrastar los porcentajes obtenidos en ambas ciudades pero sometidos a la variante de "NO VER TELEVISION".

La finalidad del siguiente gráfico, es la de demostrar hasta qué punto influye el medio geográfico.

MUESTRA CON TELEVISIONMUESTRA SIN TELEVISION

RANCAGUA	SANTIAGO	RANCAGUA	SANTIAGO
39,50%	78,66%	35,43%	63,16%
DIFERENCIA		DIFERENCIA	
39,16%		27,73%	

Ahora, la misma encuesta analizada desde el punto de vista de las áreas, proporciona perspectivas interesantes que permiten aclarar en qué tópico los niños fallan y cuales dominan, amén de las diferencias a favor o en contra de nuestra hipótesis.

Los siguientes cuadros visualizan esta realidad.

RANCAGUA

	<u>CON TV</u>	<u>SIN TV</u>	<u>DIFERENCIAS</u>
CONCEPTUALIZACION	65,00%	61,00%	4%
CIENCIAS	34,00%	32,30%	1,70%
TECNOLOGIA	47,00%	44,20%	2,80%
GEOGRAFIA	12,70%	7,40%	5,30%
ARTE	35,04%	28,95%	6,09%
POLITICA	56,63%	49,47%	7,16%
ECONOMIA	30,06%	22,38%	7,68%
DEPORTES	53,42%	46,32%	7,10%
HISTORIA	24,74%	18,64%	6,10%
NOTICIAS	24,62%	19,75%	4,87%

SANTIAGO

CONCEPTUALIZACION	92,36%	87,87%	4,49%
CIENCIAS	69,68%	68,98%	0,70%
TECNOLOGIA	94,80%	77,60%	17,20%
GEOGRAFIA	35,20%	29,24%	5,96%
ARTE	69,76%	56,44%	13,32%
POLITICA	77,95%	66,18%	11,77%
ECONOMIA	61,68%	49,00%	12,68%
DEPORTES	86,00%	72,80%	13,20%
HISTORIA	77,28%	51,08%	26,20%
NOTICIAS	66,00%	43,32%	22,68%

Comparando los porcentajes obtenidos en Rancagua y en Santiago de los niños que ven televisión, y de los que no ven televisión, observaremos diferencias porcentuales muy significativas que prueban la lejanía cultural entre el medio provinciano y la metrópolis.

<u>CON TELEVISION</u>	<u>RANCAGUA</u>	<u>SANTIAGO</u>	<u>DIFERENCIA</u>
CONCEPTUALIZACION	65,00%	92,36%	27,36%
CIENCIAS	34,00%	69,68%	35,68%
TECNOLOGIA	47,00%	94,80%	47,80%
GEOGRAFIA	12,70%	35,20%	22,50%
ARTE	35,04%	69,76%	34,72%
POLITICA	56,63%	77,95%	21,32%
ECONOMIA	30,06%	61,68%	29,62%
DEPORTES	53,42%	86,00%	32,58%
HISTORIA	24,74%	77,28%	52,54%
NOTICIAS	24,62%	66,00%	41,38%

<u>SIN TELEVISION</u>	<u>RANCAGUA</u>	<u>SANTIAGO</u>	<u>DIFERENCIA</u>
CONCEPTUALIZACION	61,00%	87,87%	26,87%
CIENCIA	32,30%	68,98%	3,68%
TECNOLOGIA	44,20%	77,60%	33,40%
GEOGRAFIA	7,40%	29,24%	21,84%
ARTE	28,95%	56,44%	27,49%
POLITICA	49,47%	66,18%	16,71%
ECONOMIA	22,38%	49,00%	16,62%
DEPORTES	46,32%	72,80%	26,48%
HISTORIA	18,64%	51,08%	32,44%
NOTICIAS	19,75%	43,32%	23,57%

CONCLUSIONES

Luego de analizar críticamente los resultados dados por las cuatro muestras, concluimos que:

1.- Los niños que ven televisión, de 10 a 15 años de edad, de ambos sexos, con coeficiente intelectual normal y provenientes de un status socio-económico y con un nivel cultural similar, poseen un mayor grado de conocimientos en relación a niños de idénticas características, que no ven televisión.

2.- El medio geográfico-especialmente cuando se contrastan metrópolis hipertrofiadas y provincias dependientes, lugar común en el mundo subdesarrollado- es una variante trascendental. El niño, por el sólo hecho de nacer en la capital tiene a su alcance un horizonte más amplio en lo cultural y en lo social. Los porcentajes de diferencia, anteriormente señalados, son una prueba palmaria de esta situación.

Esta marginalidad cultural plantea serios problemas en cuanto al desarrollo posterior del niño provinciano, quien se encuentra en situación de desventaja en relación al santiaguino.

Tomemos por ejemplo la Prueba de Aptitud Académica.

A todos los niños se les somete al mismo metro, en circunstancias que el medio geográfico deteriora previamente las posibilidades de los candidatos a la Universidad que provienen de provincias. ¿Es justo este procedimiento? ¿No estaremos inconscientemente centralizando las elecciones de los futuros profesionales? ¿No sería necesario una revisión en este sentido y confeccionar una Prueba diferente para estos dos niveles culturales?

Es necesario acotar -en éste el punto más significativo de nuestro trabajo- que la realidad estudiada tuvo como sede Rancagua distante sólo 80 Km. de Santiago. Suponemos que el problema en Chiloe, Copiapó o en Arica, aumenta probablemente en relación a la distancia con la capital.

3.- Hay áreas del conocimiento en que los niños que ven y aquellos que no ven televisión, están bien preparados. Es el caso de Conceptos; Tecnología; Deportes; Política, en este orden. A pesar de existir una diferencia porcentual entre los niños que ven y aquellos que no ven televisión.

Todos estos tópicos son dados en gran medida por la televisión.

Sin embargo, en Economía y Geografía, las respuestas demuestran poco conocimiento sobre la materia.

Esto puede deberse, en el caso de Economía, a la falta de programas de televisión que se refieran al tema y al poco conocimiento que de él se

imparte en los 7mo y 8vo Año de Enseñanza Básica.

En Geografía, el fenómeno es claro: los programas de enseñanza para 7mo y 8vo Año de Enseñanza Básica, no ponen el acento en ésta área, como sucedía en la generación de los años 25.

Podría concluirse entonces, que las principales fuentes de información para los niños de 10 a 15 años de edad, es la Escuela y Televisión.

4.- No existe una diferencia notable en la calidad y cantidad de las respuestas dadas por niñas o jóvenes. Por tanto, podemos pensar que el sexo no determina una variable en el campo del conocimiento.

5.- La variante de la edad está indicada por la diferencia de respuestas -específicamente en cuanto a calidad- de los niños que cursan 7mo Año frente a los de 8vo Año.

Deducimos, entonces, que los niños de 8vo Año están en mejores condiciones de aprehender algún tipo de enseñanza de la televisión o de otra fuente informativa.

Y la edad incide en la conceptualización propia, hecho comprensible si recordamos que los niños que bordean los 15 años, luchan permanentemente por lograr un yo, una identidad.

SOLUCIONES

Las soluciones están dadas por los propios niños: aquellos que ven televisión nos indicaron -en respuesta aparte- lo que esperan de este medio. Un 62% desea más programas culturales; un 48% anhela más teleciné y un 14% más programas musicales. Los provincianos pidieron en su gran mayoría más programas culturales, lo que corrobora nuestra conclusión en el sentido de señalar los diferentes niveles culturales en que se encuentran los niños de provincias con respecto a los capitalinos.

Esto replantea la vieja querrela entre quienes sostienen que los medios de comunicación de masa deben entregar lo que el público reclama y aquellos que piensan que la prensa escrita, la radiotelefonía y los medios audio visuales deben proporcionar el material que necesita ese público. Si como en este caso, los deseos y las necesidades coinciden en marcar preferencia a los programas culturales, insistimos en que la solución la han dado los niños.

Otro aspecto, es el rechazo a la diferenciación de "programas para mujeres" y "programas para varones". Desde adolescentes los niños demuestran que tienen la misma capacidad intelectual.

Luego, el contenido de los programas como Pasado Meridiano supone una discriminación frente a la mujer y una desconexión de la realidad.

Dado que los niños de Santiago -según el test- tienen un mayor grado de conocimiento que los de Rancagua, suponemos que además de gravitar el lugar geográfico, también influye la diversidad de canales accequibles al niño santiaguino, realidad diferente al caso provinciano (Canal 7 el que menos programas culturales tiene, llega a Rancagua, por ejemplo, en mejores condiciones técnicas que el resto de los canales, lo que le asegura mayor sintonía).

Esto nos lleva a sugerir que Canal 7 varíe su programación, apuntando en una proporción muy superior, a los programas culturales.

Y finalmente, esperamos que este muestreo sea el basamento de futuras investigaciones más exhaustivas y tendientes a detectar en qué forma entregar los programas más indicados para elevar el nivel cultural y educacional de los niños.

Para lograr este propósito, creemos que la televisión debería ser el móvil a través del cual Chile tuviera una identidad, un conocimiento profundo de sus problemas y de sus posibilidades, paso primero para proyectarse e integrar a las grandes masas hoy marginadas del saber.

La televisión debe tener un objetivo nacional y ser el reflejo de nuestra idiosincracia. Las Universidades y el Canal Estatal, deberían entonces intensificar su quehacer y lograr con propiedad difundir la real imagen de nuestro pueblo.

CUESTIONARIO

1.-

Conteste en forma breve lo que para Ud. representa cada una de estas palabras:

- 1.- Presidente
-
- 2.- Cáncer.....
-
- 3.-Pistola.....
-
- 4.- Alunizaje.....
-
- 5.- Guerra.....
-
- 6.- Ley.....
-
- 7.- Dios.....
-
- 8.- Dólar.....
-
- 9.- Televisión.....
-
- 10.-Opera.....
-
- 11.-Genio.....
-

Responda en forma breve y clara las siguientes preguntas:

CIENCIA

- 1.- ¿Cómo y cuando llegó el hombre a la Luna?
- 2.- ¿Qué es un trasolante?
- 3.- ¿Qué es la bomba atómica?
- 4.- ¿Qué sabe Ud. de los anticonceptivos?
- 5.- ¿En qué se diferencia la Ciencia de la Técnica?

TECNOLOGIA

- 1.- ¿Qué es un robot?
- 2.- Para qué sirve una incubadora?
- 3.- ¿Con qué identifica los transistores?
- 4.- ¿Qué tipo de transporte conoce?
- 5.- Enumere las diversas maquinarias que conozca.

GEOGRAFIA

- 1.- ¿Australia es un país o un continente?
- 2.- ¿Dónde se encuentra el Canal de Suez?
- 3.- ¿Cual es el país territorialmente mas extenso de América?
- 4.- ¿Dentro de qué continentes está ubicada la Unión Soviética?
- 5.- ¿Qué es el Amazonas?

ARTE

- 1.- ¿Qué expresiones de arte conoce?
- 2.- ¿Qué formas artísticas incluye la opera?
- 3.- Indique las diferencias entre una pintura y una escultura
- 4.- Responda con verdadero o falso:
 - a) Un músico compone sonetos
 - b) Un escritor escribe sonatas.....
- 5.- Señale los oficios correspondientes a cada uno de estos personajes:

a) Miguel Angel Buonarotti	Poeta
b) Ludwig Van Beethoven	Escultor
c) Miguel de Cervantes	Músico
d) Pablo Neruda	Literato
e) Miguel Littin	Cineasta

POLITICA

- 1.- Responda con verdadero o falso:
 - a) Los militares y religiosos tienen derecho a voto en Chile
 - b) En Chile se elige Presidente a través de representantes.....
 - c) En Estados Unidos el Presidente se elige por voto directo.....
- 2.- Subraye la respuesta correcta:

En Chile votan 3; 6; o 9 millones de electores
- 3.- Indique con 1; 2 y 3 qué clase de Gobierno tienen los siguientes países: Dictadura 1; Monarquía 2; Democracia 3

Venezuela	Dinamarca
Haiti	Inglaterra
Grecia	España
Cuba	Brasil
- 4.- Nombre los partidos políticos chilenos que Ud. conoce

ECONOMIA

y 3.

1.- Nombre las monedas de los siguientes países:

Estados Unidos

Unión Soviética

Inglaterra

España

Argentina

Italia

2.- Nombre los yacimientos de cobre que Ud. conoce en Chile

3.- ¿Qué es ahorro?

4.- ¿Cuáles son los pilares de la economía de un país?

5.- ¿Qué entidad emite la moneda en Chile?

DEPORTES

1.- ¿Qué es una Olimpiada?

2.- ¿En qué consiste una maratón?

3.- ¿Qué boxeador chileno pelió en Japón?

4.- ¿Dónde y cuándo se disputará la Copa Jules Rimett?

5.- Nombre las competencias de atletismo que Ud. conozca

HISTORIA

1.- ¿Qué países pelearon en la Segunda Guerra Mundial?

2.- Señale los roles correspondientes a cada uno de estos personajes:

a) Napoleón

Presidente

b) Hitler

Primer Ministro

c) Churchill

Libertador

d) Bolívar

Emperador

e) Lincoln

Dictador

3.- Señale con número los países que fueron colonias de:

1 Inglaterra

India

2 Portugal

Perú

3 España

Brasil

4 Francia

Viet Nam

4.- Subraye la respuesta correcta:

El Vaticano es un Estado independiente

El Vaticano es una provincia italiana

5.- Enumere los actuales conflictos bélicos

NOTICIAS

1.- ¿Por qué se conoce a Cristian Barnard?

2.- ¿Cuál fue el primer astronauta?

3.- ¿Quiénes son y dónde operan los Tupamaros?

4.- ¿Quién es U. Thant?

5.- ¿Qué países integran el Pacto Andino?

CONCLUSIONES

La televisión tipificada como el medio de comunicación mas moderno, si bien utiliza elementos de otros medios de comunicación , tiene una naturaleza propia, diferenciada de la radio, prensa y cine. Su técnica, su particular lenguaje y la efectiva comunicación con el espectador, ha significado el desplazamiento o modificación de los otros medios de comunicación. Es así, como la radio, que ocupara un lugar preponderante hasta la aparición de la TV, experimenta un violento retroceso en el aspecto económico , lo que conlleva una pérdida de su autonomía, al estar sujeta al financiamiento privado. Es también notoria la pérdida de sintonía, situación que la ubica en un lugar secundario dentro de los medios de comunicación de masas.

Una de las diferencias mas sustantivas de la TV en relación a otros medios de comunicación de masas es su técnica que le permite llegar hasta el espectador y llevarlo al lugar mismo de los hechos.

En Chile, por tener carácter universitario y estatal, la televisión adolece de falta de medios económicos. Esto ha desembocado en la importación de programas que no obedece a nuestra realidad y que pone en jaque nuestro sistema valórico y cultural.

En sus inicios, la TV nacional intentó una labor de extensión, educación y entretenimiento. Estas metas fueron cumplidas solo en parte. La experiencia nos demuestra que sus objetivos fueron ambiciosos, pues para alcanzarlos se requerían principalmente dos factores: una infraestructura técnica y un apoyo económico. Ambos elementos, en terminos del año 60, no se dieron y la solución fue consecencialmente, un reforzamiento de la programación con material foraneo, estancamiento de la programación nacional e introducción sin trabas de la publicidad comercial.

Ante una revisión crítica de los primeros 10 años de existencia de la TV en Chile, se dicta una ley, aunque controvertida, fija claramente sus objetivos:

1º - Satisfacer las necesidades de información, entretenimiento y educación de los estratos medios y bajos de nuestro país.

2º - Hacer partícipe al espectador de la realidad chilena, integrandolo con

una conceptualización clara de los problemas a superar.

Ampliando perspectivas, la televisión es considerada ya, como la herramienta más idónea para lograr incorporar a las masas en la solución de nuestros problemas no solo con una conciencia nacional sino continental.

Ahora, por su específica naturaleza, la televisión puede tener efectos muy divergentes a sus objetivos iniciales. Por la magnitud cualitativa y cuantitativa de éstos, la televisión lejos de formar, podría deformar. Este riesgo debe ser considerado debidamente y debe despertar una conciencia crítica y siempre alerta para controlarla y orientarla en el logro de las metas fijadas.

En el contexto mismo de la programación exhibida por los diversos canales, parece evidente la desproporción de programas extranjeros en desmedro de los nacionales. Esto afecta concretamente a la participación de los artistas nacionales en la televisión, lo que se grafica con una cesantía creciente, una limitación de sus potencialidades profesionales y con un contacto esporádico con el público.

De una encuesta realizada en este seminario se desprenden algunos puntos que es preciso recalcar:

A-Los niños que ven televisión, de 10 a 15 años de edad, de ambos sexos, con coeficiente intelectual normal y provenientes de un status socioeconómico y con un nivel cultural similar, poseen un mayor grado de conocimientos en relación a niños de idénticas características, que no ven televisión.

B-El medio geográfico, especialmente cuando se contrastan metrópolis hipertrofiadas y provincias dependientes, lugar común en el mundo subdesarrollado, es una variante trascendental. El niño, por el solo hecho de nacer en la capital tiene a su alcance un horizonte más amplio en lo cultural y en lo social. Esta marginalidad cultural plantea serios problemas en cuanto al desarrollo posterior del niño provinciano, quien se encuentra en situación de desventaja en relación al santiaguino

C. Como otra conclusión surge el rechazo de la diferenciación de "programas de mujeres" y "programas de varones". Desde adolescentes los niños demuestran que tienen la misma capacidad intelectual.

D. Entre los anhelos de programas existe una diferencia entre los expresados por la gente de Santiago, quienes piden mayor entretenimiento y los de provincia que exigen programas culturales.

La gran tarea que debe cumplir la televisión es crear, promover y difundir valores auténticamente nacionales en la búsqueda incansable de una tradición y cultura propia, desechando el colonialismo cultural, que no corresponden a las auténticas necesidades de nuestro pueblo.

"MI MAESTRO EL MAGO"

programa infantil

FORMULACION DE PROPOSITOS

Un análisis crítico de la Programación Infantil de la televisión nacional, ha enfrentado a los integrantes del presente Seminario de Título a un desafío:

-consideramos que los mejores Programas Infantiles, lamentablemente, son aquellos envasados. Sin embargo sólo tocan la fantasía y esta cuerda, aunque es propia para los niños, no es la única.

-Los Programas Infantiles nacionales -salvo excepciones- son limitados en su concepción. Esto porque no están compenetrados con la psicología de la niñez y parecen desconocer que el mundo infantil es complejo: el niño busca entretenimiento, pero también anhela saber. La edad de los ¿POR QUE? debería ser satisfecha por la TV en la misma medida en que se entrega diversión.

-Una encuesta realizada en Rancagua y Santiago para detectar el grado de conocimiento que aporta la TV a los niños, nos lleva a reafirmar lo expuesto. De hecho, el universo del niño es el sueño, el juego, la Escuela y la televisión. Son a estas actividades donde apuntan los intereses infantiles y a ellas dedican todo su tiempo.

Por tanto, creemos que nuestra TV es unilateral y desfuncionaliza al niño con su realidad.

-Otro aspecto es la falta de unidad de los Programas Infantiles. Falla que se demuestra a diario cuando vemos en la pantalla a niños sin adultos. Es decir, se parcela una realidad. El niño necesita de la atención y aprobación de sus juegos pues es su herramienta particular de expresión. Con la misma intensidad necesita compartir con los mayores las aventuras, los juegos o los cuentos que entrega la TV.

Decíamos que nos habíamos planteado un desafío. Este tomó forma en un Programa Infantil -"MI MAESTRO EL MAGO"- programa que ha tenido los siguientes puntos de mira:

- Se intentó aunar a los padres y al maestro en torno al niño para emprender juntos la tarea de iniciarlos en el saber.

- Todos los Programas deberán utilizar pedagógicamente lo mágico-

FORMULACION DE.y. 2.-

el juego y la fantasía para despertar inquietudes intelectuales de acuerdo a la edad de los niños.

- Se hará en todos los Programas un "fondo moral", para orientar al niño en su elección valórica, sobre la base de pluri posibilidades.

- Lo psicológico está dado en el argumento y especialmente en la comunión de padres, profesores y niños en pos de intereses comunes, quebrando el esquema de Programas EXCLUSIVAMENTE para niños.

Para lograrlos, nuestro Programa será basado en:

- 1° Comunión de metas.
- 2° Igualdad de los personajes a fin de romper distancias artificiales de edad; autoridad; sexo.
- 3° Universo del juego utilizado como instrumento para alcanzar - imperceptiblemente, otros niveles.
- 4° Imaginación creadora.
- 5° Personalidad del niño en libre juego, pero orientada según - sus características e intereses.
- 6° Identificación del televidente con los personajes proyectando la pantalla a la vida cotidiana.

" MI MAESTRO EL MAGO "

Cámara 1 : Ignacio Celedón
Cámara 2 : Alicia Oliva
Sonido : Lily Peralta
Compaginación : Tatiana Vélez
Coordinación : Cristina Olivares
Vestuario : M. Eugenia Rodríguez
Violeta González
Escenografía : Marcela Rodríguez
Guión : Carmen Flores
Maité Canziani
Realización : Carmen Flores
Maité Canziani
Ayudante de Direc-
ción : Gabriela Calderón
Dirección : Maité Canziani

MI MAESTRO EL MAGO

DESCRIPCION DE PERSONAJES

- Pedro** : Maestro Mago, de unos 10 años de edad, serio; de hablar pausado; conciente de su responsabilidad.
Viste toga, bonete de mago y lleva -como símbolo- un cometa que le permite romper la realidad y llevar a sus alumnos a lo mágico, al mundo de la fantasía.
- Palusa** : 6 años de edad; regordeta; pelo corto, muy liso, cortado en chasquillas. Inquieta, parlanchina, de mirada inso - lente, despierta, es la primera en llevar a sus compa - ñeros al desorden.
- Horasio** : 7 años, al to; delgado; de movimientos tranquilos; con - centrado, muy estudioso. Enormes anteojos de carey des - tacan su calidad de "mateo". Su mundo son los libros y todo lo observa con aire de investigador.
- Marisol** : 6 años; delgada, rubia de pelo rizado que cae en dos - en dos trenzas. Sus ojos azules miran con bondad. Es su misa y quieta. Ama a los animales.
- Gilberto** : 8 años; regordete; siempre impecable en su vestir; su voz suena un poco clueca y al hablar, adopta un sonsonte cargante. Nada en su personalidad lo define tanto como su servilismo. Es un "chupa media" cabal.
- Tres Marías** : Chispeantes, joviales, muy alegres y graciosas.
- Cruz del Sur** : Buenos camaradas, compenetrados de su tarea de señalar - rumbos. Sus voces son viriles, enérgicas.
- Luna** : La femeneidad madura. Es calma y cuando habla se respi - ra paz.

DESCRIPCION DE PERSONAJES...Y 2.-

- Cometa Halley** : Gracioso, siempre muy ocupado. Su juventud le hace decir cosas que traicionan su íntima manera de ser. El no es un prepotente.
- Saturno** : Vanidoso y viejo. Habla con voz pomposa y se preocupa mucho de su persona. Irascible, de poca paciencia, se siente el centro del Universo.
- Sol** : Majestuoso, solemne, habla en tercera persona sin abusar de su poderío. Es un juez severo, pero justo.
- Mamá y papá** : Son jóvenes; aman a sus hijos y se preocupan por ellos.

MI MAESTRO EL MAGO

DESCRIPCION DE SETS

SETS 1 : Aula de clase típica; Dos puertas y una ventana. 1 Tarima; 1 pupitre vetusto; 4 bancos y 4 sillas; pizarra mágica, de grandes dimensiones. 1 puntero-cometa. Mapa mundi; cubos con letras; horario; ornamento de trabajos manuales; calendario.

SETS 2 : Escenario amplio que permita el desplazamiento holgado del Ballet del Universo y el movimiento del grupo de niños. Deberá tener diferentes niveles a fin de destacar la escenografía; una rampla por donde pueda rodar el sol cuando comienza el ocaso; un cable que permita la entrada en escena del Cometa Halley desde arriba.

NOTA: El vestuario será confeccionado de acuerdo a los personajes. Es importante que acentúen la personalidad de ellos y que colaboren eficazmente con la escenografía y la música.

La coreografía estará a cargo de un coreógrafo quien creará un Ballet simple, ágil, que permita grabar en las mentes infantiles los conocimientos que el argumento entrega.

La duración del Programa será de 30 minutos.

Este es el primero de una serie de Programas Infantiles que se proyectaría una vez a la semana.

MI MAESTRO EL MAGO

AUDIO

VIDEO

EFFECTOS

física compuesta
especialmente:30"

PRESENTACION

TELECINE: SOBREIMPRESION DE CARAS DE NIÑAS Y NIÑOS CON DIFERENTES-EXPRESIONES/ LA ULTIMA NIÑA EN APARECER, ES PELUSA QUIEN ES ENFOCADA EN PG DESDE ATRAS. ESTA SENTADA FRENTE A UN PUPITRE MUY ATAREADA, TRABAJANDO. SE DA VUELTA, ENFRENTA A LA CAMARA Y LANZA UNTINTERO CUYA TINTA ENNEGRECE LA PANTALLA Y LUEGO FORMA CON LETRAS INFANTILES, EL TITULO DEL PROGRAMA: "MI MAESTRO EL MAGO": 30''

imer Movimien-
de la Sinfo -
a "EL APRENDIZ
HECHICERO" de
cas.

C1: EN GPG A 2 NIÑOS ACOMPAÑADOS-
DE 2 PADRES QUE CAMINAN HACIA LA
ESCUELA. LOS NIÑOS Y LOS PADRES -
DOBLAN UNA ESQUINA Y LA C1 LOS EN
FOCA DESDE ATRAS HASTA QUE LLEGAN
A LA ESCUELA.

Pasos in crescendo
hasta llegar a C1-
y luego decrescen-
do hasta perderse.

ntinúa la músí
hasta fundir-
con el sonido
la campana.

C2: A 4 NIÑOS EN PG POR LA PUERTA
LATERAL DERECHA. SIGUE AL NIÑO -
QUIEN DEJA UNA MANZANA SOBRE EL -
PUPITRE DEL MAESTRO Y LUEGO EN PA
NING IZQUIERDA, A LA SALA IDENTI-
FICANDOLA.

Carrera de niños a
presurada. Convers
sación confusa. Rui
do de bancos y si-
llas.

C1: ZOOM ADELANTE A PUERTA LATE -
RAL IZQUIERDA DONDE APARECE EL
MAESTRO QUIEN MIRA A LA SALA/ EN

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

C1: PG A PEDRO

Pedro: Buenos días niños

C2: EN PG A LOS NIÑOS QUE RESPON-
DEN

Niños: Buenos días, señor

C1: EN PG A PEDRO QUIEN SE DIRIGE
A SU PUPITRE. LUEGO, EN FM A PE-
DRO QUIEN COGE UN LIBRO. EN LER -
PLANO LO ABRE Y COMIENZA A PASAR-
LISTA. SE ENFOCARA SIMULTANEAMEN-
TE LA HOJA DE LA LISTA Y LA CARA-
DE PEDRO.

Pasos; ruido de reti-
rar una silla .

Ruido de hojear un li-
bro.

Pedro: ¡Gilberto!

C2: EN FM A G. QUIEN SE LEVANTA -
G.: (Con voz servil) Presente, pro-
fesor.

Ruido de sillas cuan-
do el parlamento lo -
indica.

C1: EN GPP A PEDRO.

Pedro: Horacio

C2: EN FM A H. QUIEN SE LEVANTA -
H.: Presente

C1: EN PP A PEDRO

Pedro: Marisol

C2: EN PA A M. QUIEN SE LEVANTA -
M.: (Con voz dulce) Presente, se-
ñor

C1: EN FM A PEDRO

Pedro: Pelusa

C2: EN PP A P. QUIEN COME UNA -
MANZANA Y SOLO ASOMA LOS OJOS.

P.: (CON La boca llena) ...aquí..

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

<p>C1: EN PM A PEDRO QUIEN CIERRA EL LIBRO</p> <p>C1: EN PG A PEDRO DESDE UN RINCON DE MODO QUE SE LE VE EN DIAGONAL, PERMITIENDO ENFOCAR DESDE ATRAS A LOS NIÑOS.</p> <p>Pedro: Niños...en la clase pasada ...cuando viajamos... ¿ se acuerdan dónde viajamos?</p> <p>C1: EN PG A H. LEVANTANDOSE</p> <p>H.: (Con voz doctoral) Al centro- de la tierra donde vimos...</p> <p>C1: EN PG A P. QUIEN SE LEVANTA Y SE DIRIGE HACIA PEDRO HACIENDO - CHISTAR LOS DEDOS.</p> <p>P.: ¡Los monstruos! ¡Los monstruos!</p> <p>C1: EN PM A PEDRO</p> <p>Pedro: ¡Pelusa!</p> <p>C1: EN PG A G. QUIEN MIRA A P.SE- LEVANTA Y ACCIONA</p> <p>G.: ¡Mentirosa!...Yo se profesor, vimos las rocas más grandes - que todas...</p> <p>C1: EN PG A M. QUIEN SE LEVANTA - LENTAMENTE.</p> <p>M.: (Con voz temblorosa) Siii.... tambien vimos el fuego...</p> <p>C1: EN PG DESPLAZANDOSE EN TRAVE- LLIN DOLLY IN A PEDRO QUIEN TIENE EL COMETA EN LAS MANOS.</p> <p>Pedro: ...Bueno...bueno...¿Dónde- quieran viajar hoy día?</p>	<p>Ruido al cerrarse el libro.</p> <p>Ruido de sillas ca- da vez que se levantan</p>
--	--

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

C2: EN PG A P. QUIEN SE LEVANTA Y
DA PASOS CORTOS

P.: Al país de los enanos...

C2: EN PM A G. QUIEN PERMANECE -
SENTADO.

G.: Al sol

C2: EN PP A P. QUIEN SE SIENTA

P.: Qué lata

C2: EN PM A H. QUIEN ESTA SENTADO

H.: Al Universo

C2: EN PM A M. QUIEN PERMANECE -
SENTADA

M.:...A las estrellas...;son tan
lindas!

C2: EN PP A PEDRO QUIEN SE LEVAN-
TA; EN PG CUANDO AVANZA HACIA LA
PIZARRA MAGICA Y EN PP CUANDO A-
PUNTA A ELLA CON EL COMETA

Pedro: ¿Saben Uds. que las estre-
llas cuando se unen, for-
man constelaciones?... Hay
una, que son 3 pequeñitas,
siempre juntas y se llaman

C1: EN PG A PIZARRA MAGICA EN CU-
YO ENCUADRE ESTA DIBUJADA SOBRE
PAPEL, UNA NOCHE MUY ESTRELLADA .

C2: EN PG DESPLAZANDOSE EN TRAVE-
LLING DOLLY IN A PEDRO QUIEN CON
EL COMETA SEÑALA LA PIZARRA A SUS
ALUMNOS. ESTOS LE SIGUEN Y SE LAN

ZAN A ELLA, RASGANDO EL PAPEL
A CAMARA LENTA.

Ráfaga

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

C1: EN PG, SIEMPRE EN CAMARA LENTA
AL BALLETO DEL UNIVERSO Y AL GRUPO.

EN PRIMER PLANO: TRES NIÑAS

Pedro: Se llaman las 3 Marias

C2: EN PG A M., PEDRO Y LAS 3 MA -
RIAS QUE DANZAN

M.: ¿Por qué se llaman Marias y no
Marisol?

EM: Porque no somos tan lindas co -
mo tú.

C2: EN PG, LAS 3 MARIAS SALUDAN Y
SE ALEJAN DANZANDO.

C1: EN PG A PEDRO

Pedro: ¿Ven esos 4 niños que bri -
llan como faros?

C1: EN PG A G.

G.: SI profesor, pero lo que no en
tiendo es porqué no se mueven.

C1: EN PG A LOS 4 NIÑOS QUE FORMAN
LA CRUZ DEL SUR

CDS1: Aparentemente estamos quietos,
pero todo el Universo -
está en una danza sin fin.

CDS2: Lo que pasa, niño, es que es
tamos muy distantes de la -
Tierra y tú con tus ojos no
puedes apreciar nuestro movimi
miento.

C2: DESDE ARRIBA, EN PG A BALLETO -
DE LA CRUZ DEL SUR.

EN OFF: VOZ DE PEDRO: ¿VEN QUE AUN
QUE BAILAN Y GIRAN. SIEMPRE FORMAN

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

C1: EN PG DESDE ABAJO A BALLETS Y NIÑOS

M.: SI, parece increíble, pero veo cl
ramente una cruz.

CDS3: Cruz porque queremos que los na-
vegantes no se pierdan jamás.

CDS4: LOS marinos -gran amigos nues -
tros- siempre nos consultan en las
noches antes de mover su timón.

CDS1: Cruz del Sur a trabajar. ¡Nos -
llaman de los 7 mares!

C2: EN PG A P. QUIEN INDICA LA LUNA

P.: ¿Y ese planeta tan chico?

C1: EN PM A H.

H.: ¡Pelusa!...la luna es un satélite-
no un planeta

C1: EN PG A P., LUNA Y GRUPO

P.: ¿Y los lunáticos como Gilberto vi-
ven ahí? (Con picardía)

L.: No P. Los únicos hombres que me -
han visitado, han sido terrícolas.
La vida aquí es diferente a la de
tu Tierra.

Pero si en verdad quieres conocer-
un Planeta, viaja hasta Saturno.

C1: ZOOM ADELANTE A COMETA HALLEY Y -
ZOOM ATRAS A COMETA Y NIÑOS HASTA LLE-
GADA A SATURNO.

Pedro: Gracias cometa Halley. El viaje
fue magnífico

CH: YO LES traje sin preguntar nada
porque mis viajes me impiden per -
der tiempo...,pero tú maestro, ten
drás que contarles todo a los ni-

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

C2: EN PP A CH. QUIEN SE ALEJA CON GESTO
DESPECTIVO

C2: EN PG A PEDRO Y P., GRUPO Y SATURNO.

Pedro: De todos los Cometas, el de Ha -
lley -nombre del astrónomo que lo -
descubrió- es el más importante.

P.: Con razón se enojó contigo por no -
presentarlo debidamente. Cuando lo -
vuelva a ver, le voy a hacer una re -
verencia porque...porque me cayó bien

Pedro: Tendrás que esperar 75 años, fe -
cha en que hará su próxima aparición
Durante todo ese tiempo, viajará co -
mo un eterno turista alrededor del -
sol.

C2: EN PP A M. Y LUEGO EN PG A GRUPO Y
SATURNO

M.: ¡Miren ! Este señor sí que es impor -
tante: tiene 9 vestidos y es muy ele -
gante.

C2: EN PG A SATURNO

S.: La niña tiene razón. Yo soy más im -
portante que el engreído de Halley.
El pobre es un gitano solitario..yo,
en cambio, tengo a 9 lunas girando -
en torno mío, día y noche, atendien -
do mis caprichos.
Creo que tendré que casarme con e -
llas...

C2: EN PG DESDE ARRIBA A BALLET DE SA -
TURNO Y SUS 9 LUNAS

C1: EN PG, DESDE ABAJO? A GRUPO Y BA -
LLET

AUDIO

VIDEO

EFECTOS

P.: Serás muy afortunado si una luna
te da el sí

S.: Ejem, ejem (Molesto)

G.: NO le hagas caso Saturno, ella -
es muy metete. Cuéntanos de tí.

S.: NO puedo porque al verlos tan ni
ños, tan jóvenes, me he puesto -
triste. Con la edad de Uds. en -
mi reino, ya serían viejos. Nues
tros días son tan cortos que Uds
ya serían ancianos...

H.: Entonces vámosnos pronto. No hay
un minuto que perder. No quiero
llegar viejo al sol.

Cl: EN PG AL SOL Y A LAS SOMBRAS DEL
GRUPO

EN OFF: VOZ CON ECO

Sol: ¡Deteneos! Soy la estrella ma -
yor de vuestro Universo y aquí -
mis órdenes deben ser cumplidas.

Cl: A SOMERAS QUE SE INCLINAN

Sol: Sois los primeros humanos que -
conocen mi rostro, por eso poned
mucha atención...Cuando regre -
seis a la Tierra direis que los
cálculos de vuestros astrónomos
son casi exactos. De hecho estoy
a 153 millones de Km. de distan -
cia de Uds. y por eso nadie po -
drá conocerme.

Decid que tengan presente que el

AHILLO

VIBRO

EFFECTOS

S.: los hombres, los animales
y plantas en todo el sistema solar.

Llevad pues este mensaje:
yo continuaré dándoles mi
calor mientras Uds. cont
n_uen brindándome la paz...

M.: Yo tengo su

C2: EN PG A SOL QUE ENTRA EN Q
CASO

M.: Maestro...yo tengo sueño
...volvamos ya...

C1: EN PG A GRUPO EN CAMARA -
LENTA. SE DIRIGEN A PIZARRA -
MAGICA A TRAVES DEL BALLET -
DEL UNIVERSO Y PENETRAN EN E-
LLA.

C2: SIEMPRE EN CAMARA LENTA ,
EN PG A GRUPO QUE SE REINTE -
GRA A CLASE

PRENDIZ DE HECHICE
BAJA Y FUNDE CON
MIEDO DE CAMPANA

C1: EN PG A P. QUIEN CORRE -
HASTA ABRAZAR A SU PADRE

P.: Papá, papá...fuimos al U-
niverso....

esta compuesta es
cialmente : 30"

TELECINE: CIERRE IDENTICO A
PRESENTACION.